



MINISTERIO
DE TURISMO



Plan Nacional de Turismo

El Salvador 2030



Contenido

Introducción	04
01 Nuevo modelo de desarrollo turístico. El Salvador que queremos	07
02 Aspectos metodológicos generales	09
03 Misión y visión	13
3.1 Misión	15
3.2 Visión	16
04 Punto de partida. Como recibimos el turismo salvadoreño	20
4.1 Turismo en el mundo	20
4.2 Evolución del turismo en el salvador	25
4.2.1 Llegadas de visitantes internacionales (turismo receptor)	25
4.2.2 Principales mercados turísticos	26
4.2.3 Principales países emisores	27
4.2.4 Llegadas por medio de transporte	29
4.2.5 Turismo emisor	29
4.2.6 Alojamiento	30
4.2.7 Aspectos económicos del turismo	38
4.3 El turismo salvadoreño desde la óptica internacional de la competitividad	40
05 Criterios de planificación	43
06 Principios rectores de la gestión del plan	42
07 Hagamos historia. El turismo como uno de los motores del desarrollo económico del país – aspiraciones estratégicas	51
7.1 Posicionamiento estratégico	52
7.2 Estrategia general 2020 - 2030	53
7.3 Aspiraciones estratégicas	54
08 Plan de implementación y sistema de monitoreo y seguimiento	83
8.1 Objetivos del plan de implementación y el sistema de monitoreo y seguimiento	85
8.2 Indicadores y metas	87
8.3 Desarrollo de la implementación y el monitoreo y seguimiento	88

Índice de Gráficas

Gráfico 1	21
Gráfico 2	21
Gráfico 3	22
Gráfico 4	22
Gráfico 5	23
Gráfico 6	23
Gráfico 7	24
Gráfico 8	24
Gráfico 9	25
Gráfico 10	26
Gráfico 11	27
Gráfico 12	28
Gráfico 13	29
Gráfico 14	29
Gráfico 15	30
Gráfico 16	31
Gráfico 17	32
Gráfico 18	32
Gráfico 19	33
Gráfico 20	33
Gráfico 21	34
Gráfico 22	35
Gráfico 23	36

Índice de Imágenes

Imagen 1	38
Imagen 2	57
Imagen 3	60
Imagen 4	66
Imagen 5	72
Imagen 6	76



Morena Valdez

Ministra de Turismo
de El Salvador

Introducción

Nuestro país se encuentra en un momento de mucha trascendencia en su historia. Uno en donde no sólo se reconoce al turismo como un transformador de realidades sociales y económicas, sino que también se concibe como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de los salvadoreños, así como para puesta en valor y conservación de nuestros recursos naturales y culturales.

Será fundamental el poner muy en alto la marca país y fundamentar todos los esfuerzos por incrementar sustancialmente los resultados económicos del turismo con enfoques sostenibles. El Salvador necesita aprovechar, dentro de muchos, uno de sus recursos más valiosos, las magníficas olas para la práctica del surf, a lo cual deberemos apostarle como un proyecto insignia que permitirá potenciar el incremento de nuestros visitantes, a quienes les ofreceremos la posibilidad de visitar tantos lugares maravillosos que estamos en la disposición de compartir. Tenemos una ventaja competitiva, por mucho, un importante elemento

diferenciador de otras ofertas turísticas: las distancias cortas entre y hacia la mayoría de nuestros impresionantes destinos turísticos.

El Ministerio de Turismo acompañará de forma férrea el desarrollo de este nuevo rumbo. Uno que ha implicado, liderados por nuestro presidente Nayib Bukele, repensar la forma en cómo convertir a El Salvador en un destino turístico de clase mundial y como hacer realidad esto a través del trabajo conjunto con el Gabinete Turístico.

El nuevo estilo de gobernanza impulsado por nuestro presidente ha originado la elaboración del Plan Nacional de Turismo 2030 mediante un enfoque por resultados. Es importante fijar un horizonte claro, uno en donde pueda plantearse y comprenderse de forma inequívoca hacia donde queremos y necesitamos dirigirnos en materia de turismo. Con el apoyo de todos, lograremos que este sea un motor que contribuya al desarrollo de nuestro amado país. Nos espera un futuro mejor.





Playa El Sunzal
Tamanique, El Salvador



01

NUEVO MODELO
DE DESARROLLO
TURÍSTICO.
EL SALVADOR QUE
QUEREMOS

Vista panorámica de San Salvador
El Boquerón, Santa Tecla, El Salvador

El país camina hacia un nuevo rumbo. Uno al que lo conduce un nuevo gobierno, más eficiente, más compacto, más efectivo, más ciudadano, menos político y más técnico. Un gobierno que prioriza a la gente, y que por ende gestiona las necesidades del país y realiza esfuerzos para obtener el máximo provecho del potencial de nuestros ciudadanos.

Para lograr resultados diferentes el Presidente Nayib Bukele lidera al país gobernando diferente; en muchos aspectos: estilo, control, estructura, estrategia, proyectos, gabinetes, entre otros. Esto implica el repensar de forma gradual todo: desde cómo concebimos el país hacia el futuro, hasta cómo debe ser una nueva arquitectura del aparato del Estado para poder ejecutarlo. Se concibe a la actividad turística como un instrumento indispensable que debe consolidarse para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños y para la puesta en valor y conservación de nuestros recursos. Dentro de muchas apuestas importantes, el mejorar la imagen que se proyecta de El Salvador es cardinal, y en el marco de esto, una de las principales prioridades es consolidar la identidad nacional y el orgullo de ser salvadoreños.

El país se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica, y que apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como un destino integrador de turismos temáticos especializados, con especial énfasis en destacar un maravilloso recurso, que por años ha pasado relativamente desapercibido: nuestras impresionantes olas, magníficas para la práctica del surf.

Evidentemente los retos son de grandes proporciones. El turismo es impactado transversalmente por las condiciones políticas, sociales y económicas del país en general. Sin embargo, con total seguridad las sinergias que se crearán a nivel nacional, a través de la implementación del Plan Estratégico Quinquenal por Resultados del gobierno, serán de alto impacto para inerciar el logro de los resultados esperados declarados en el presente plan. La política de Estado para el desarrollo del turismo en El Salvador se vinculará de forma orgánica, y a veces indirecta, con otras políticas que aseguren la integralidad de su aplicación.

Es tiempo de creer y de crecer.



Playa El Palmarcito
Atami, El Salvador

02

ASPECTOS METODOLÓGICOS GENERALES

Una nueva gobernanza demanda de un nuevo enfoque de planificación. Uno que viabilice compartir, de la mejor manera posible, con los salvadoreños y el mundo, las apuestas estratégicas y acciones que el país se ha fijado para hacer del turismo un motor importante de nuestra economía.

Resulta fundamental que la estrategia global a adoptar sea entendida desde todas sus perspectivas, y que puedan identificarse fácilmente las relaciones entre cada acción planificada y sus resultados. Es también muy importante garantizar un seguimiento sistemático y proactivo de los resultados esperados.

La metodología más idónea de cara a los requerimientos de planificación identificados, y cuyas incuestionables ventajas le llevaron a ser elegida es la del Cuadro de Mando Integral con un enfoque de orientación por resultados, en donde las Líneas Estratégicas y Objetivos Estratégicos, elementos estructurales del plan son concebidos como los Resultados Finales y Resultados Intermedios buscados.

No existe en el mundo una metodología de planeación, ni una entidad gubernamental que por sí solas garanticen el desarrollo del turismo en su país. Este plan debe ser comprendido por todos los que de forma directa e indirecta contribuirán a lograr las apuestas estratégicas establecidas. Mientras más intensa, direccionada y eficaz sea

la participación de todos los actores del entorno turístico salvadoreño, de acuerdo a los retos que este plan impone, más alta es la probabilidad de que la descripción de nuestro país, sea la que se comparte a través del Posicionamiento Estratégico Turístico de El Salvador.

A continuación se traza la correlación básica que existe entre los elementos estratégicos que componen las apuestas estratégicas que definen este plan.



Posicionamiento Estratégico

El Posicionamiento Estratégico, que es la descripción del estado deseado del turismo en El Salvador para el 2030, nos señala el destino hacia donde queremos conducirnos. Es un instante en el tiempo, entre el ahora (definido por la Misión) y el futuro al que aspiramos (la Visión). Nos impone retos que requieren de muchos esfuerzos para ser logrados.



Indicadores y Metas

Los **indicadores y metas**, marcan importantes valores cuantitativos y cualitativos que serán monitoreados para garantizar que nos conducimos en el camino previsto, así como para tomar decisiones orientadas a mejorar, reorientar y/o incluir nuevas acciones para lograr los retos asumidos.



Resultados Finales

Los Resultados Finales señalan los efectos generales que queremos, necesitamos y podemos lograr para poder llegar al Posicionamiento Estratégico al final del 2030. Son la descripción de estados a los que podemos aspirar en el mediano y largo plazo.





Resultados Intermedios

Los **Resultados Intermedios** son los efectos específicos que debemos lograr para alcanzar los Resultados Finales. Son estados a los que podemos aspirar al implementar una serie de acciones estratégicas.



Acciones Estratégicas

Las **Acciones Estratégicas** son todos aquellos esfuerzos que se realizan para lograr los Resultados Intermedios. Estas se constituyen en nuevos y/o renovados planes, programas y proyectos específicos puestos en marcha; diseño e implementación de nuevas o renovadas normativas, políticas, directrices; innovaciones tecnológicas, alianzas, entre muchas otras.



03

MISIÓN
Y VISIÓN

El sector turístico de El Salvador, está conformado por las diversas gremiales del sector privado que aglutinan a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento, restaurantes, tour operación, guías turísticos y transporte turístico, acompañados por las municipalidades de los destinos turísticos con el activo involucramiento de los Comités de Desarrollo Turístico, academia y otros actores territoriales gubernamentales y no gubernamentales, bajo el liderazgo de las instituciones rectoras del turismo, MITUR y CORSATUR.

El desarrollo turístico con enfoque sostenible en El Salvador, parte de ciertas premisas que se conjugan en su Misión y Visión como destino. La Misión es “lo que se hace” para alcanzar un propósito en un período. Si el propósito es el “por qué” se hace las cosas, la Misión se trata del “qué cosas se hacen”; Misión es lo que se hace en el destino para el logro de la Visión del mismo.

Por su parte, la Visión es la realidad que nos gustaría ver del destino en torno al mundo, sus visitantes y el destino mismo.

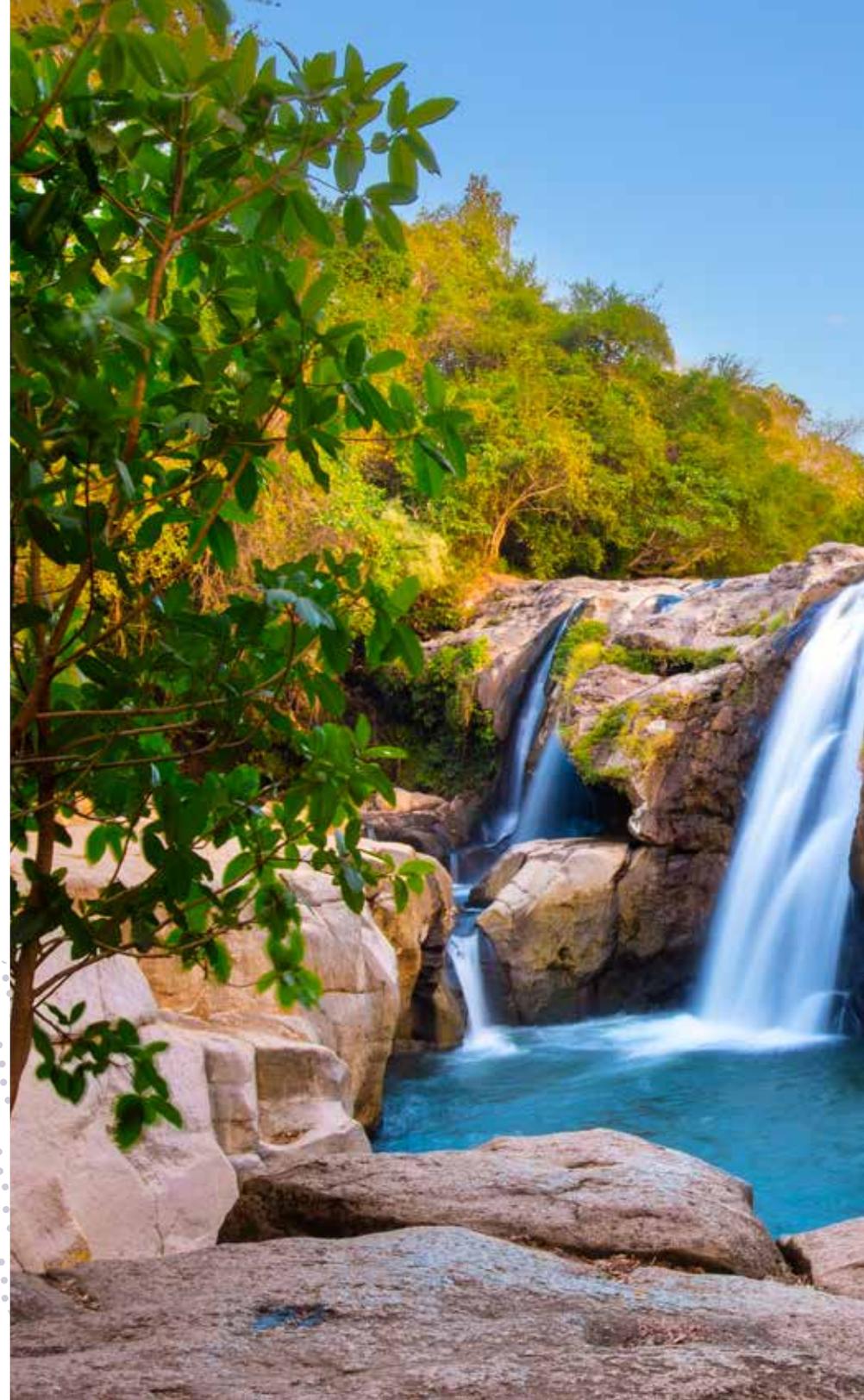
Define y describe la situación futura que desea tenerse. No tiene un horizonte temporal definido. Es una aspiración. El propósito de la Visión es guiar y alentar a todos en su conjunto para alcanzar el estado deseable del destino.

Se considera que la Visión es una muestra clara que indica hacia dónde se dirige El Salvador como destino turístico a largo plazo y en qué se deberá convertir tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades de los segmentos objetivos, expectativas y gustos de los visitantes, de las nuevas condiciones del mercado, el posicionamiento en el mercado, y principalmente, reconociendo las capacidades de transformación social y económica que tiene el turismo para los países, entre otros elementos y factores críticos.

3.1

MISIÓN

Establecer un marco orientador de esfuerzos que permitan consolidar y posicionar a El Salvador como un destino turístico competitivo considerando los ámbitos de la sostenibilidad (económico, socio-cultural y ambiental), mediante la gestión efectiva de la oferta, lo que El Salvador le ofrece al mundo, mejorando la gestión de la demanda turística y el fortalecimiento de la institucionalidad del sector; impulsando el desarrollo socio económico, generando empleo directo e indirecto que mejore las condiciones y calidad de vida de la población, y garantizando la valoración y conservación del patrimonio histórico, natural y cultural del destino así como una experiencia vivencial e integral satisfactoria al visitante.



3.2 VISIÓN

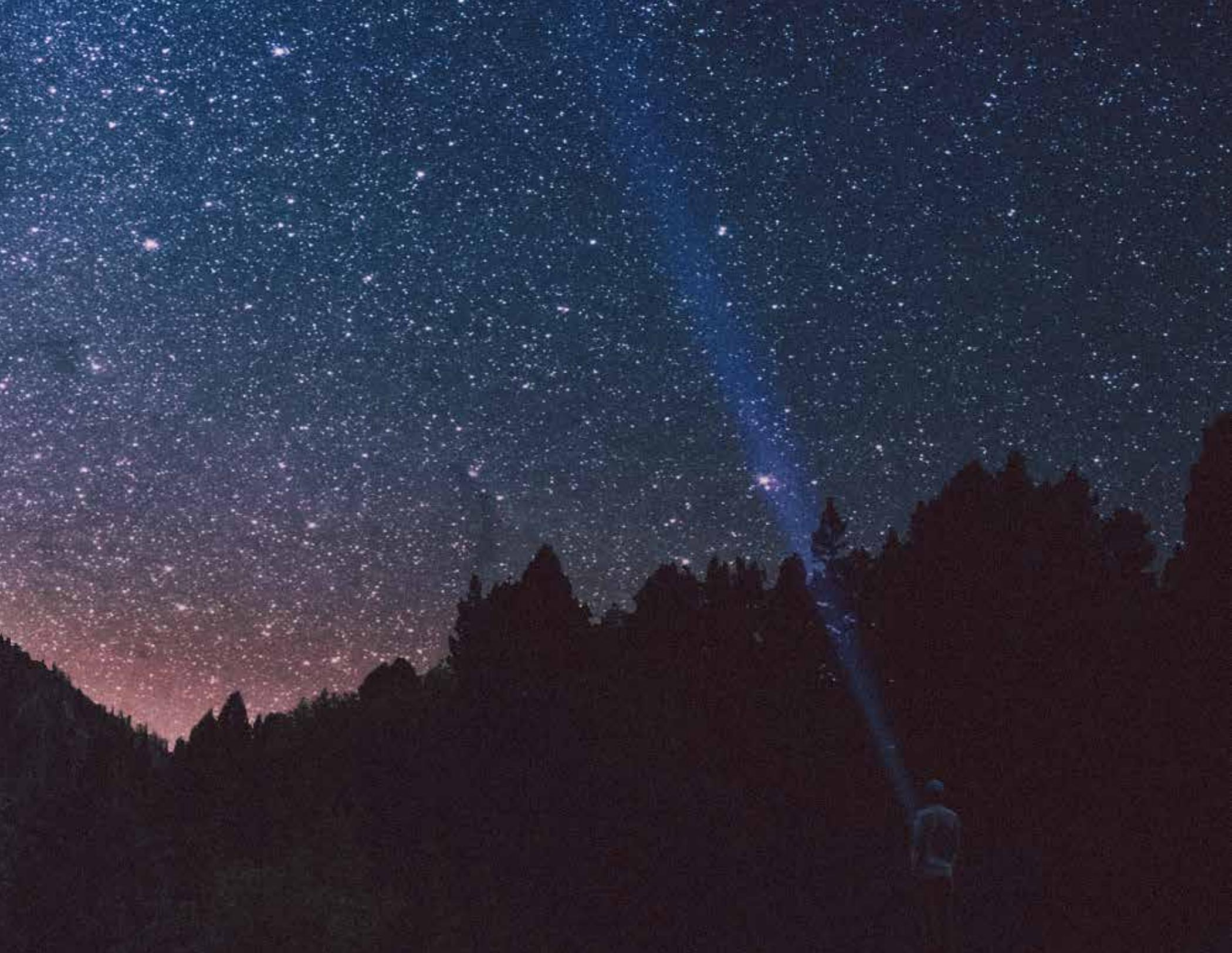


El Salto de Malacatiupán
Atiquizaya, El Salvador

El Salvador es un destino turístico sostenible reconocido a nivel mundial, posee identidad propia y diferenciada, y se posiciona a nivel internacional destacando por su desarrollo ambiental, social y económicamente sostenible, con una extraordinaria cultura de calidad, recursos humanos capacitados, y con una intensa actividad generadora de desarrollo local, ofreciendo servicios de excelencia y una diversa y genuina oferta de productos turísticos basada en la innovación, así como en la conservación y utilización sostenible de su patrimonio natural y cultural. El turismo es un motor de la economía, y es fuertemente apreciado por sus habitantes, los que reciben beneficios directos e indirectos de la actividad turística que mejoran significativamente su calidad de vida.



Dulce Nombre de María
Chalatenango, El Salvador





Lago de Coatepeque
El Congo, El Salvador

04

PUNTO DE PARTIDA.
COMO RECIBIMOS
EL TURISMO
SALVADOREÑO

4.1

TURISMO EN EL MUNDO



El crecimiento de las llegadas de turistas internacionales y de los ingresos sigue adelantando al de la economía mundial, y tanto las economías emergentes como las avanzadas se están beneficiando del aumento de los ingresos del turismo. Por séptimo año consecutivo, las exportaciones turísticas crecieron más deprisa que las exportaciones de mercancías, lo cual redujo en muchos países el déficit comercial.¹

¹ Zurab Pololikashvili, Secretario General-Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

En 2019 se registraron 1,500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, con un crecimiento del 4%, respecto al 2018 y en sintonía con la tendencia positiva registrada en los últimos años, no obstante se prevé que este crecimiento se vea afectado para el 2020, debido principalmente a los efectos del COVID-19. Los ingresos por

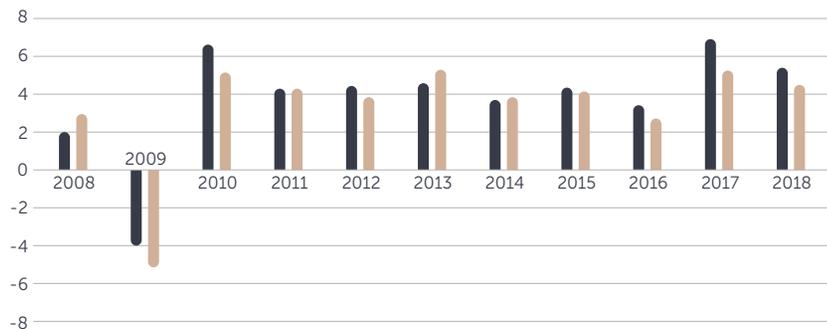
turismo en el 2019 (más transporte de pasajeros) superaron a nivel mundial los 1,700 billones (trillones anglosajones) de dólares.

En la actualidad, “el turismo mundial aporta el 10.4% del PIB mundial y es el responsable de la generación de uno de cada diez empleos del planeta”, según lo afirma la presidenta y consejera delegada del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), Gloria Guevara.

El turismo ha crecido sustancialmente en la última década, tanto a nivel de llegadas como de los ingresos que estas generan. Sus tasas de crecimiento generalmente han sido positivas.

Gráfica 1

Porcentaje de variación de llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional (2008-2018)



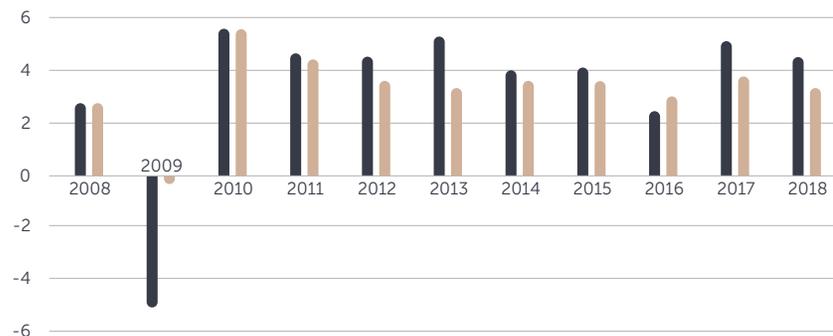
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO), julio de 2019.

● Llegadas (porcentaje de variación)
● Ingresos (porcentaje de variación, en términos reales)

El crecimiento de los ingresos por turismo a nivel mundial ha crecido generalmente a un ritmo superior que el PIB mundial.

Gráfica 2

Porcentaje de variación de ingresos del turismo internacional y PIB mundial (porcentaje de variación)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO), julio de 2019.

● Llegadas (porcentaje de variación, en términos reales)
● PIB (porcentaje de variación, en términos reales)

El “Barómetro del Turismo Mundial – Enero 2020”¹ señala que en 2019 las llegadas internacionales crecieron en todas las regiones. Sin embargo, la incertidumbre en torno al Brexit², el hundimiento de Thomas Cook³, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron

1 Organización Mundial del Turismo (OMT), Barómetro, Volumen 18, Edición 1, Enero 2020

2 Brexit es una abreviatura de las palabras inglesas Britain (Gran Bretaña) y exit (salida), y es el término acuñado para referirse a la salida de Reino Unido de la Unión Europea (UE). Reino Unido se sumó al bloque continental, actualmente conformado por 28 países, el 1 de enero de 1973, pero en junio de 2016 los británicos decidieron abandonar la UE y poner fin a una relación de más de cuatro décadas.

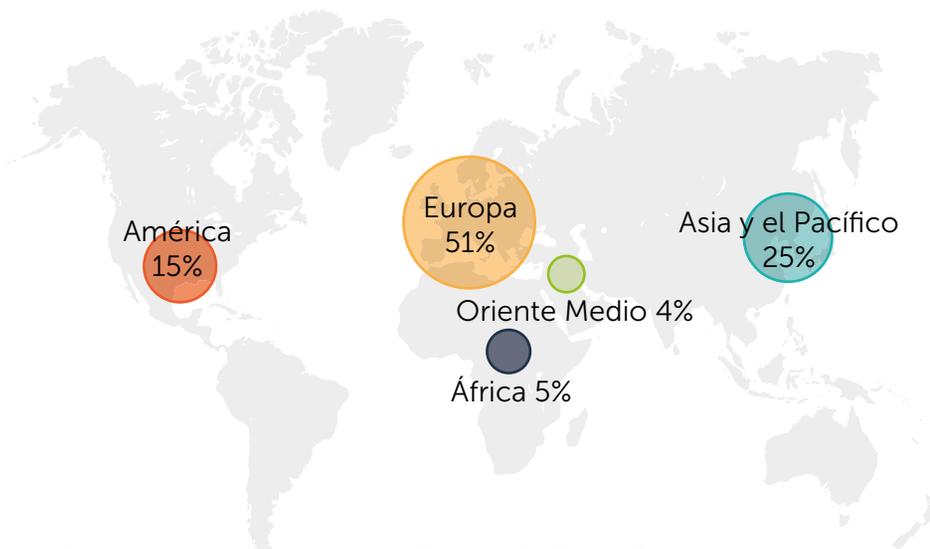
3 Thomas Cook Group plc fue un grupo británico de viajes. Se formó el 19 de junio de 2007 mediante la fusión de Thomas Cook AG (a su vez sucesora de Thomas Cook & Son, creada por Thomas Cook y su hijo) y MyTravel Group. El grupo operaba en dos segmentos distintos: un operador turístico y una compañía aérea.

que el crecimiento fuera más lento en 2019 en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018. Esta desaceleración afectó sobre todo a las economías avanzadas, y en especial a las regiones de Europa, Asia y el Pacífico.

A nivel de regiones, Europa recibió en el 2018 más de la mitad de las llegadas de turistas, seguida por Asia y el Pacífico con la cuarta parte del total.

Gráfica 3

Llegadas de turistas internacionales (2018)

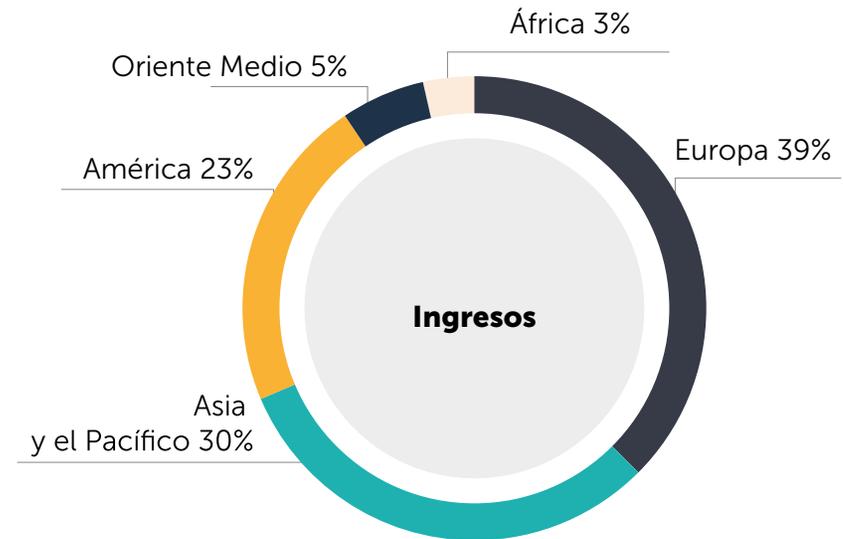


Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

En términos de ingresos, Europa recibió en el 2018, el 39%, de estos, Asia y el Pacífico reciben el 30%, América el 23%.

Gráfica 4

Ingresos por turismo a nivel mundial (2018)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Para el 2018, todos los principales destinos turísticos, salvo el Reino Unido, crecieron en la cantidad de llegadas. Manteniéndose siempre a la cabeza Francia, seguida por España y muy cercanamente los Estados Unidos.

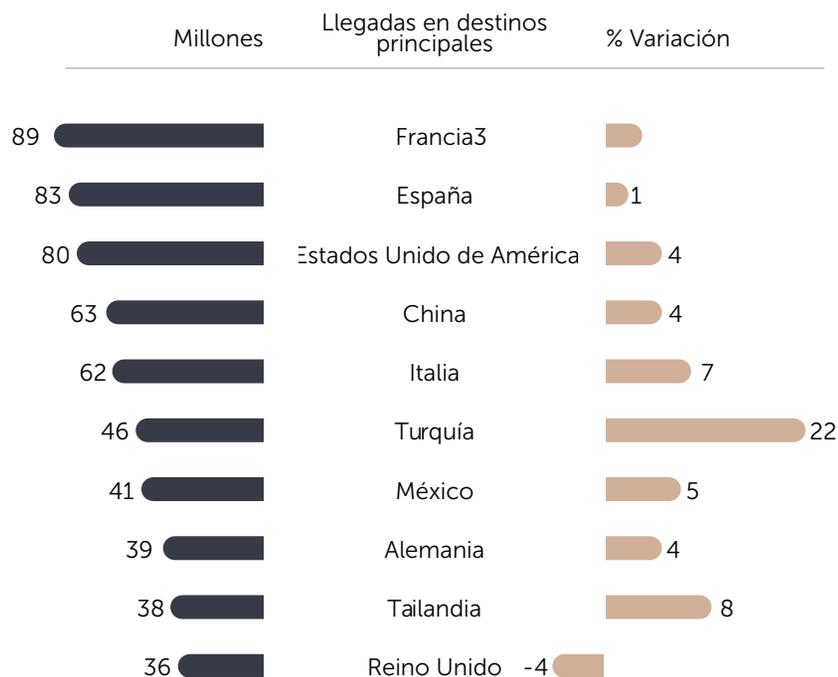


LOS 10 **DESTINOS PRINCIPALES** RECIBEN

40% DE LAS LLEGADAS MUNDIALES

Gráfica 5

Llegadas en destinos principales a nivel mundial (2018)



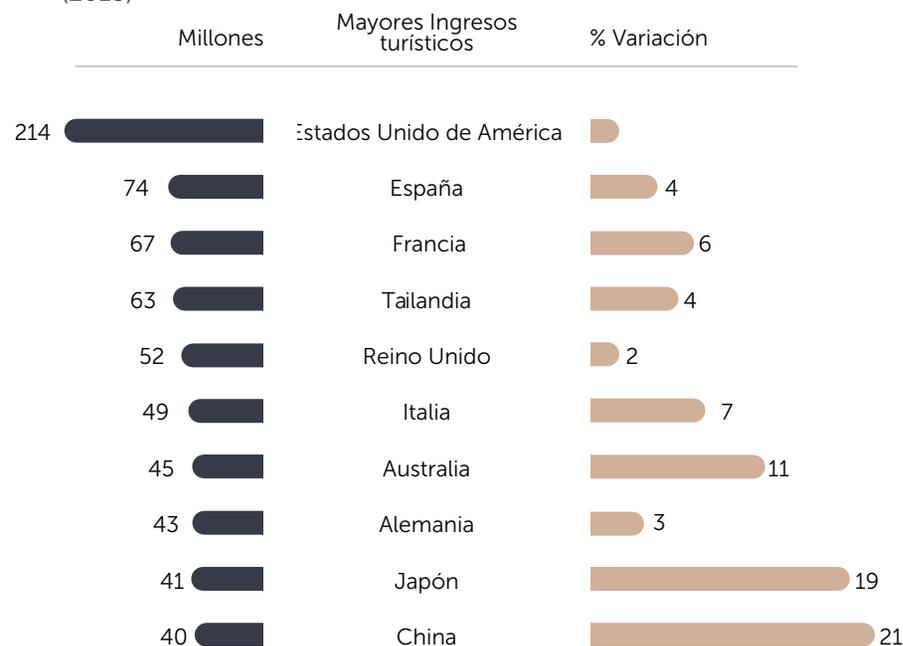
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

El destino que más ingresos por turismo recibe, es por mucho Estados Unidos, seguido por España y Francia.



Gráfica 6

Mayores ingresos turísticos a nivel mundial (2018)



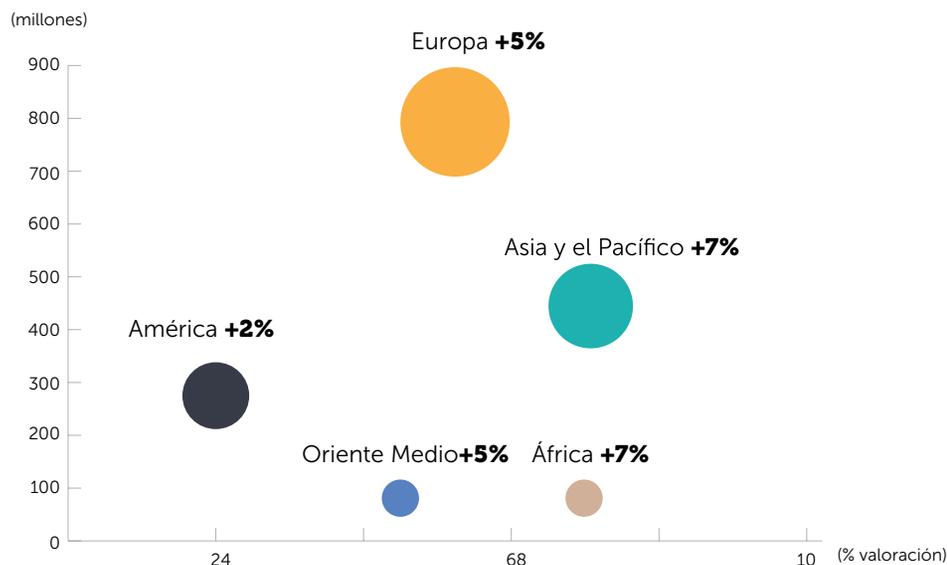
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

En los últimos años, el crecimiento de las llegadas en los principales países receptores de turismo ha sido constante. Destacando en este rubro, el ritmo de crecimiento de España.

Para el año 2018, todas las regiones del mundo presentan crecimientos favorables en la llegada de turistas. Europa se ve relegada a un segundo plano con un crecimiento del 5% con respecto al 2017, superada por Asia y el Pacífico con un 7% y África con un crecimiento similar.

Gráfica 7

Porcentaje de variación de llegadas de turistas internacionales 2018 respecto al 2017

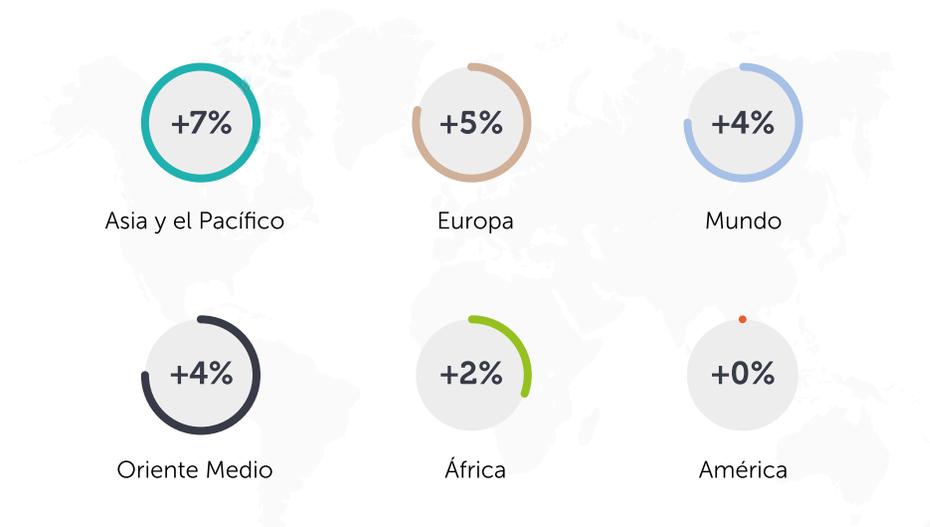


Fuente: Tomado de OMT. 2019. Panorama del turismo internacional. Edición 2019.

Con respecto a los ingresos por turismo, en el 2018, Asia y el Pacífico crecieron a un ritmo superior al crecimiento del promedio mundial (4%), con un porcentaje de variación del 7% con respecto al 2017, seguido muy de cerca por la región de Europa con 5%. Las demás regiones han crecido igual o por debajo de la media, tal es el caso de Oriente Medio (4%) y África (2%). América en este año no creció.

Gráfica 8

Ingresos por turismo internacional, por Región. 2018 (porcentaje de variación)



Fuente: Tomado de OMT. 2019. Panorama del turismo internacional. Edición 2019.

Los principales destinos turísticos a nivel mundial, son Francia, España, Estados Unidos, China e Italia. El crecimiento de la llegada de turistas en estos países ha sido relativamente constante.

A nivel mundial el crecimiento promedio anual en la última década ha sido de 5.1%, destacando el fuerte crecimiento de la región de Asia y el Pacífico (7.1%). Latinoamérica ha crecido a menor ritmo que el promedio mundial (4.6%, al igual que Europa) pero sólo por debajo de la región de mayor crecimiento.

Dada la posición del turismo como uno de los primeros sectores de exportación y creación de empleo, la OMT defiende la necesidad de un crecimiento responsable. El turismo ocupa, por lo tanto, un lugar primordial en las políticas mundiales de desarrollo, y puede aún alcanzar un mayor reconocimiento político e incidir de manera efectiva en este «decenio de acción», con solo diez años por delante para alcanzar la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

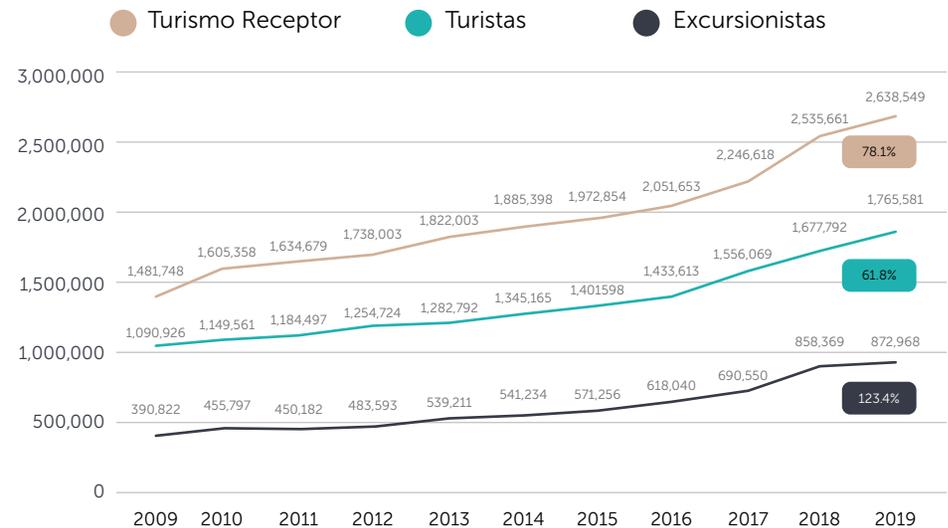
4.2 EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL SALVADOR

4.2.1 LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES (TURISMO RECEPTOR)

Las llegadas de visitantes internacionales creció en un 78.1% en la última década. Esto fue el producto de alcanzar los 2,638,549 visitantes en el año 2019 comparado con los 1,481,748 del 2009; la llegada de turistas internacionales creció en un 61.8% y los excursionistas internacionales tuvieron un crecimiento del 123.4% comparando las visitas del 2009 con las del 2019.

El crecimiento anual promedio de la llegada de visitantes internacionales en el período analizado fue de 6.0% (el promedio anual para turistas fue de 5.0% y 8.6% para excursionistas).

Gráfica 9
Llegada de visitantes internacionales



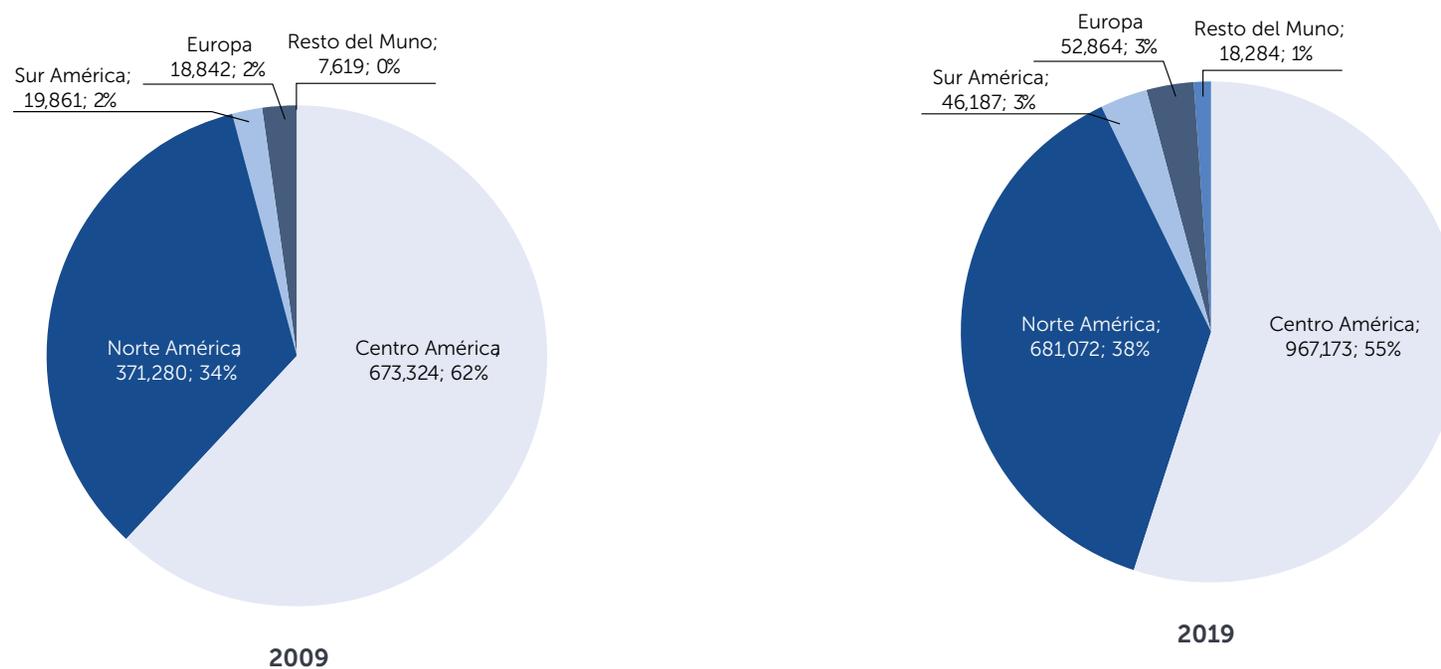
Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

4.2.2 PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS

Los principales mercados turísticos para El Salvador en la última década, lo han constituido Centro América y Norte América, desde el 2009 con un porcentaje relativo de participación del 62% y 34% de los turistas respectivamente, siendo este en el 2019 el 55% y 38% respectivamente.

Gráfica 10

Principales mercados turísticos de El Salvador. Porcentaje de participación, 2009 y 2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

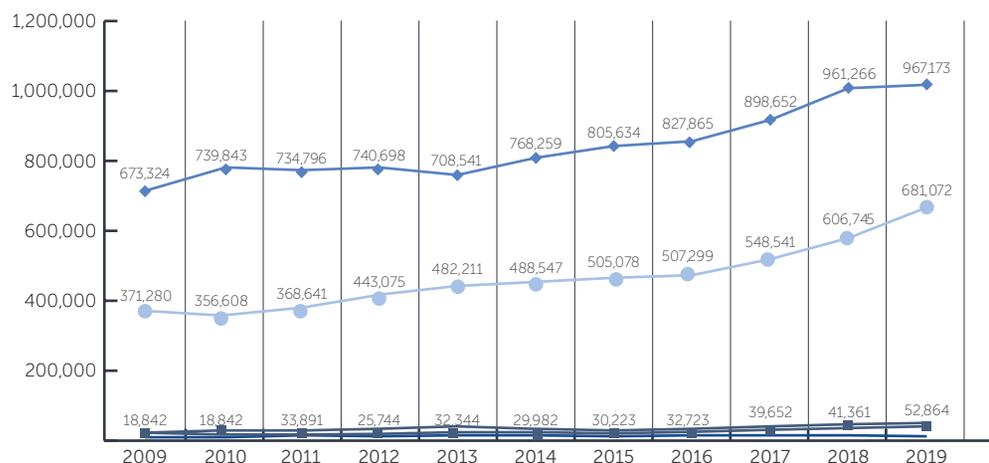
4.2.3 PRINCIPALES PAÍSES EMISORES

El crecimiento de los principales mercados turísticos en la última década ha sido constante.

Gráfica 11

Principales mercados turísticos de El Salvador.
2009-2019

- Centro América
- Norte América
- Sur América
- Europa
- Resto del Mundo



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

Los principales países emisores para El Salvador, lo constituyen Guatemala y Estados Unidos, desde el 2009 con un porcentaje relativo de 42% y 30% de los turistas recibidos respectivamente y en el 2019 con el 35% y 34% respectivamente, siendo Guatemala el país emisor más importante en la última década.

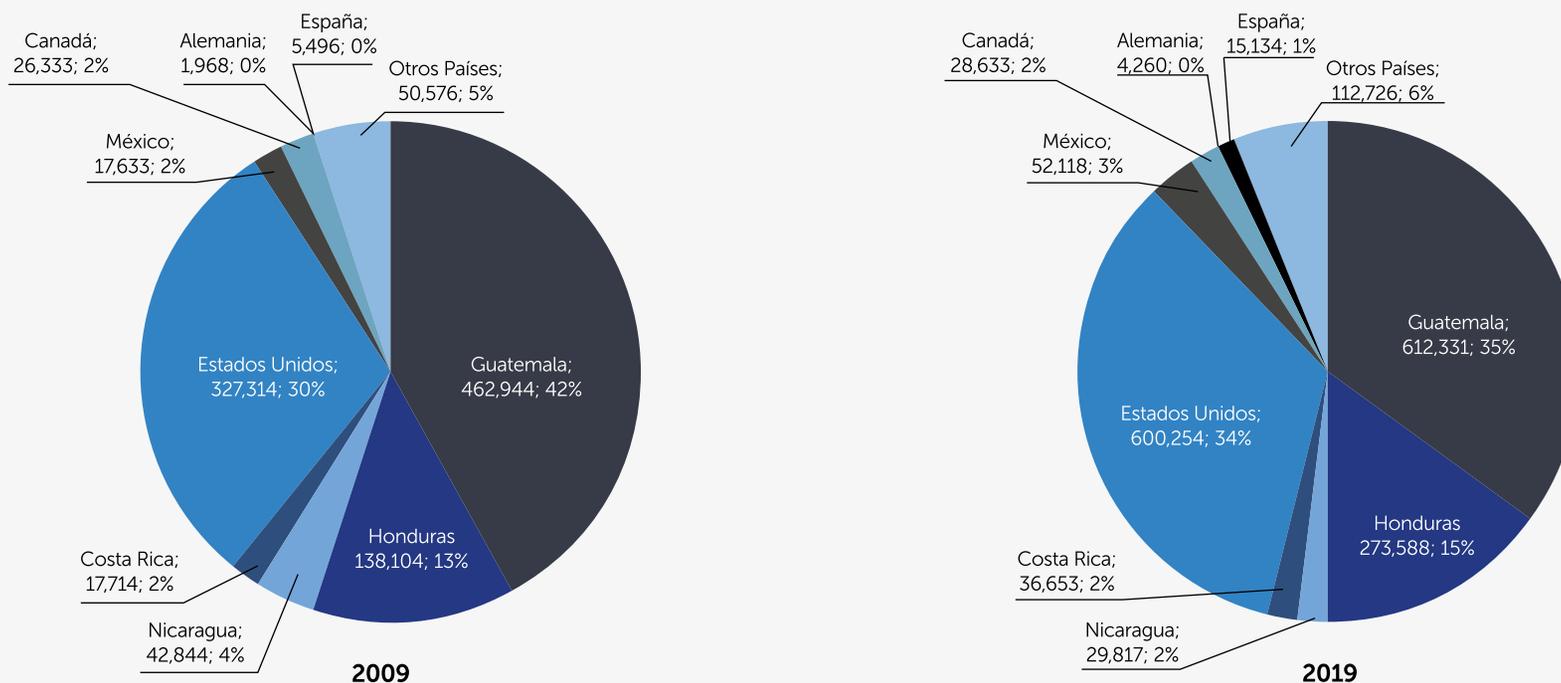
En el período 2009-2019, Guatemala se perfila como el principal país emisor de turistas hacia El Salvador, con un crecimiento del 32.3%, pues de recibir 462,944 turistas guatemaltecos en el 2009, el país pasó a recibir 612,331 en el 2019. El caso de Honduras es también positivo, pues en el 2009 se recibieron 138,104 turistas hondureños, pasando el país a recibir 273,588 en el 2019, lo que representa un crecimiento del 98.1%; en el caso de Nicaragua, en el 2009 visitaron El Salvador 42,844 nicaragüenses, pero se experimentó una disminución del 30.4%, ya que se recibieron 29,817 en el 2019, probablemente por la situación política y socioeconómica de Nicaragua suscitada en los últimos años.

El crecimiento anual promedio de la participación de Guatemala como principal país emisor en la última década fue de 3.1%.

Resalta también el caso de visitantes de los Estados Unidos de Norte América, dado que en el 2009 se recibieron 327,314 turistas y en el 2019 fueron recibidos 600,254 turistas, lo que constituye un crecimiento del 83.4% en el período en mención.

Gráfica 12

Principales Países Emisores de turistas hacia El Salvador. 2009-2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

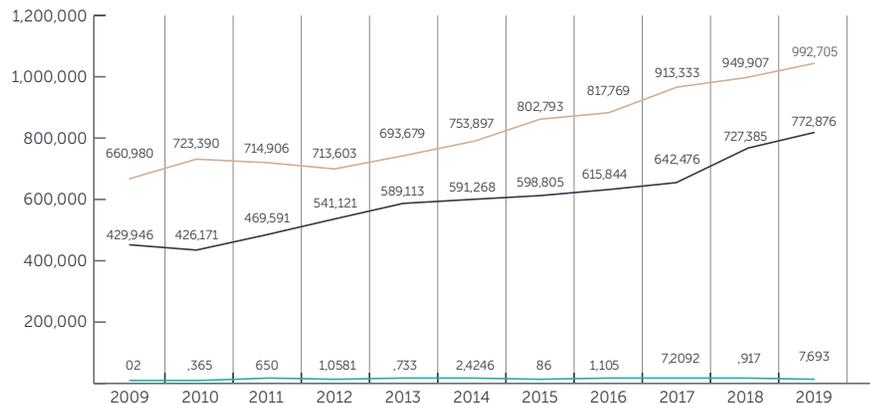
4.2.4 LLEGADAS POR MEDIO DE TRANSPORTE

Las principales vías de ingreso al país, son la terrestre y la aérea, en el 2009 con un porcentaje relativo del 61% y 39% respectivamente y en el 2019 con el 56% y 44% respectivamente, siendo por vía terrestre la principal entrada de turistas al país en la última década.

Gráfica 13

Llegadas de turistas a El Salvador por medio de transportes. 2009- 2019

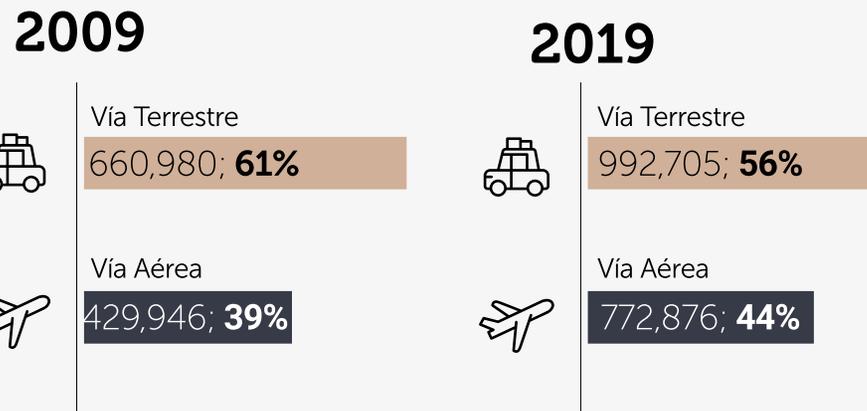
● Vía Terrestre ● Vía Aérea ● Cruceros (número de personas)



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

Gráfica 14

Principales vías de transporte para llegadas de turistas. 2009-2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

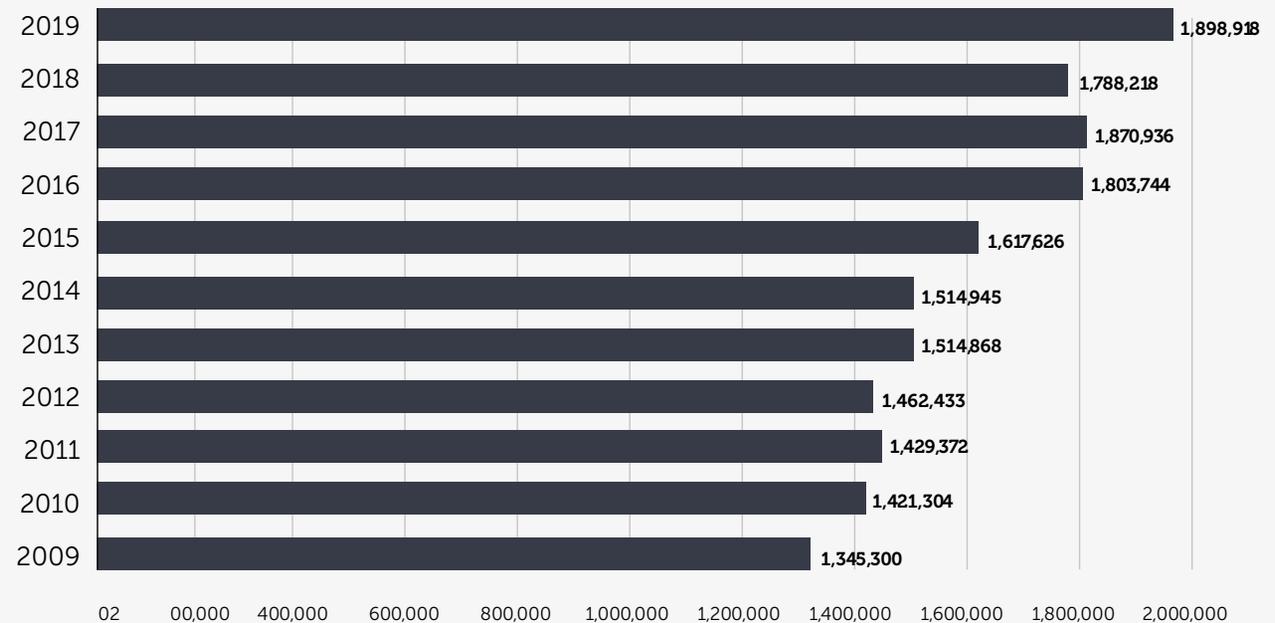
4.2.5 TURISMO EMISOR

El dato de los salvadoreños que salen del país ha mantenido un crecimiento gradual. En la última década esta cantidad ha crecido un 41.15%. En el año 2009 salieron del país hacia diferentes destinos 1,345,300 salvadoreños, este número se incrementó para el 2019 a 1,898,918. El crecimiento anual promedio de la salida de salvadoreños al exterior en la última década fue del 3.6%.

Gráfica 15

Salvadoreños que viajan al extranjero. 2009-2019

Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.



4.2.6 ALOJAMIENTO

La cantidad de hoteles y habitaciones ha mantenido un crecimiento moderado y hasta cierto punto estacionario entre 2 y 3 años continuos, por consiguiente, en habitaciones y plazas cama.

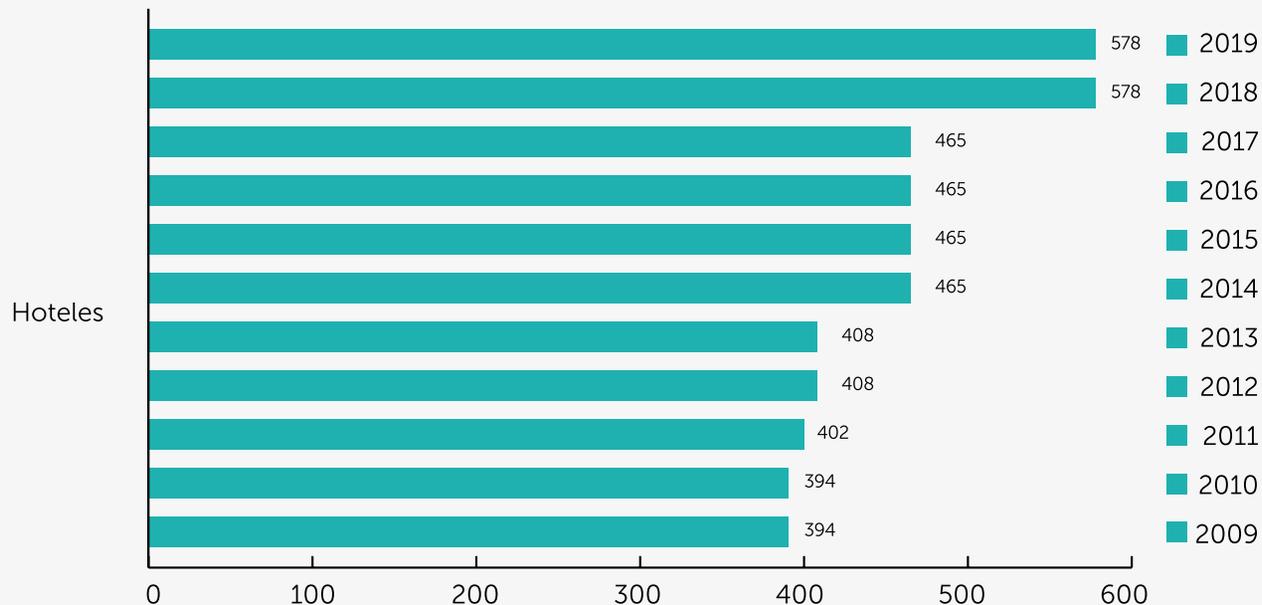
Es notable la tasa de ocupación, la cual ha tenido variaciones tanto hacia el alza como hacia la baja, sin embargo, ha presentado porcentajes arriba del 55%, lo que en términos generales es muy bueno, no obstante no se disponen de

datos estadísticos para todo el país, según datos obtenidos del sistema DATA TUR El Salvador, sólo los hoteles ubicados en doce departamentos han proporcionado información con respecto a su ocupación, número de habitaciones y número de plazas camas.

El número de hoteles, en el período del 2009 al 2019; tuvieron un crecimiento del 46.7% considerando que en el año 2009 se tenían 394 logrando incrementarse a 578 en el año 2019, pero no se registra ningún movimiento del año 2018 al 2019.

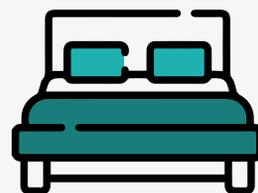
Gráfica 16

Comportamiento del servicio de Hoteles en El Salvador. 2009-2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

En el año 2009 se disponía de 8,298 habitaciones, habiéndose incrementado para el año 2019 a 9,518 habitaciones, lo que significó un crecimiento del 14.7%. Relativamente poco para la década. El número de plazas de cama disponibles, para el 2009 era de 14,037, habiendo incrementado al 2019 a 16,740, lo que significa un crecimiento del 19.3%.

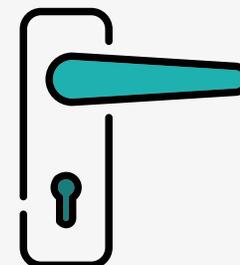


EN 2009 SE DISPONÍA DE **14,037 CAMAS**
EN 2019 SE DISPONÍA DE **16,740 CAMAS**

19.3% DE CRECIMIENTO

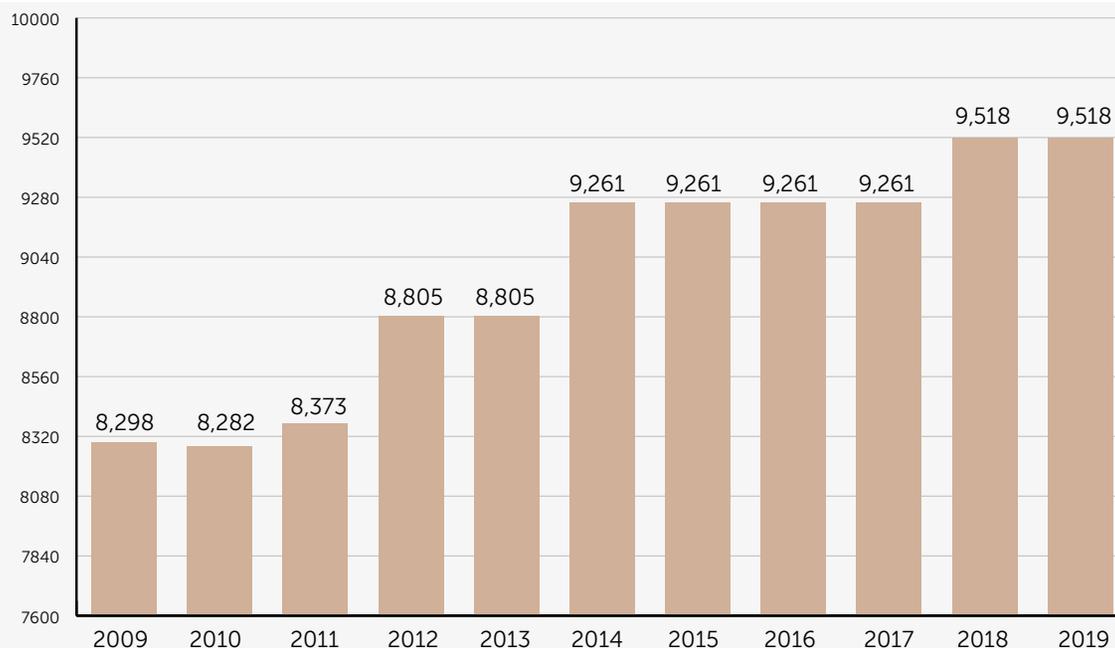
EN 2009 SE DISPONÍA DE **8,298 HABITACIONES**
EN 2019 SE DISPONÍA DE **9,518 HABITACIONES**

14.7% DE CRECIMIENTO

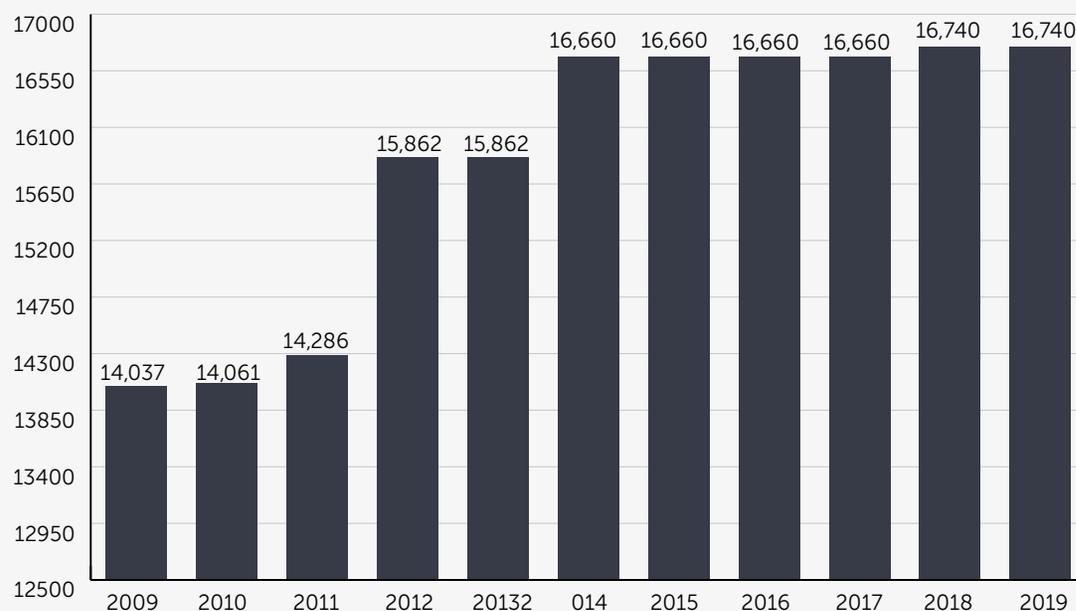


Gráfica 17

Número de habitaciones disponibles en El Salvador. 2009-2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.



Gráfica 18

Número de plazas de cama disponibles en El Salvador. 2009-2019

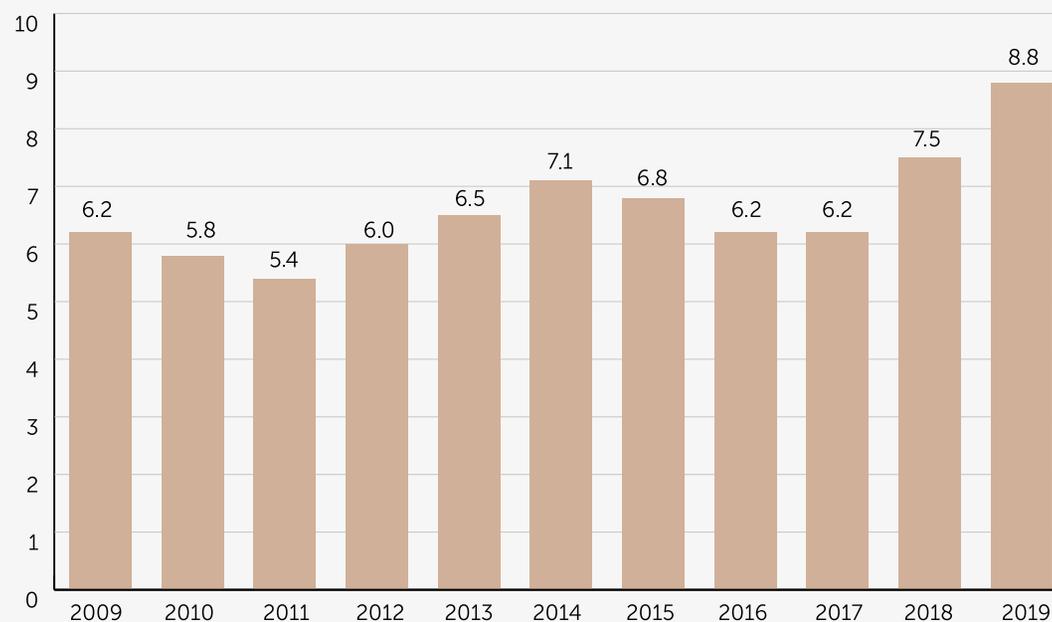
Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

La tasa de ocupación hotelera experimentó un decremento del 4.9%, ya que en el año 2018 la tasa de ocupación era del 60.8% y en el año 2019 fue de 57.8%, lo que, entre otras cosas, indica que los turistas están haciendo menos uso de los hoteles para pernoctar. El crecimiento promedio anual de la tasa de ocupación hotelera en el período analizado fue del -0.8%. Sin embargo, a nivel de los demás tipos de alojamiento, se nota un incremento del 41.9% en la estadía promedio, estos datos comparando resultados del año 2009 y 2019. En la década, la tasa de crecimiento promedio anual de la estadía promedio en todo tipo de alojamiento experimentó un crecimiento del 4.1%.



Gráfica 19
Tasa de ocupación en Hoteles de El Salvador. 2009-2019

Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.



Gráfica 20
Estadía promedio en todo tipo de alojamiento en El Salvador. 2009-2019

Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

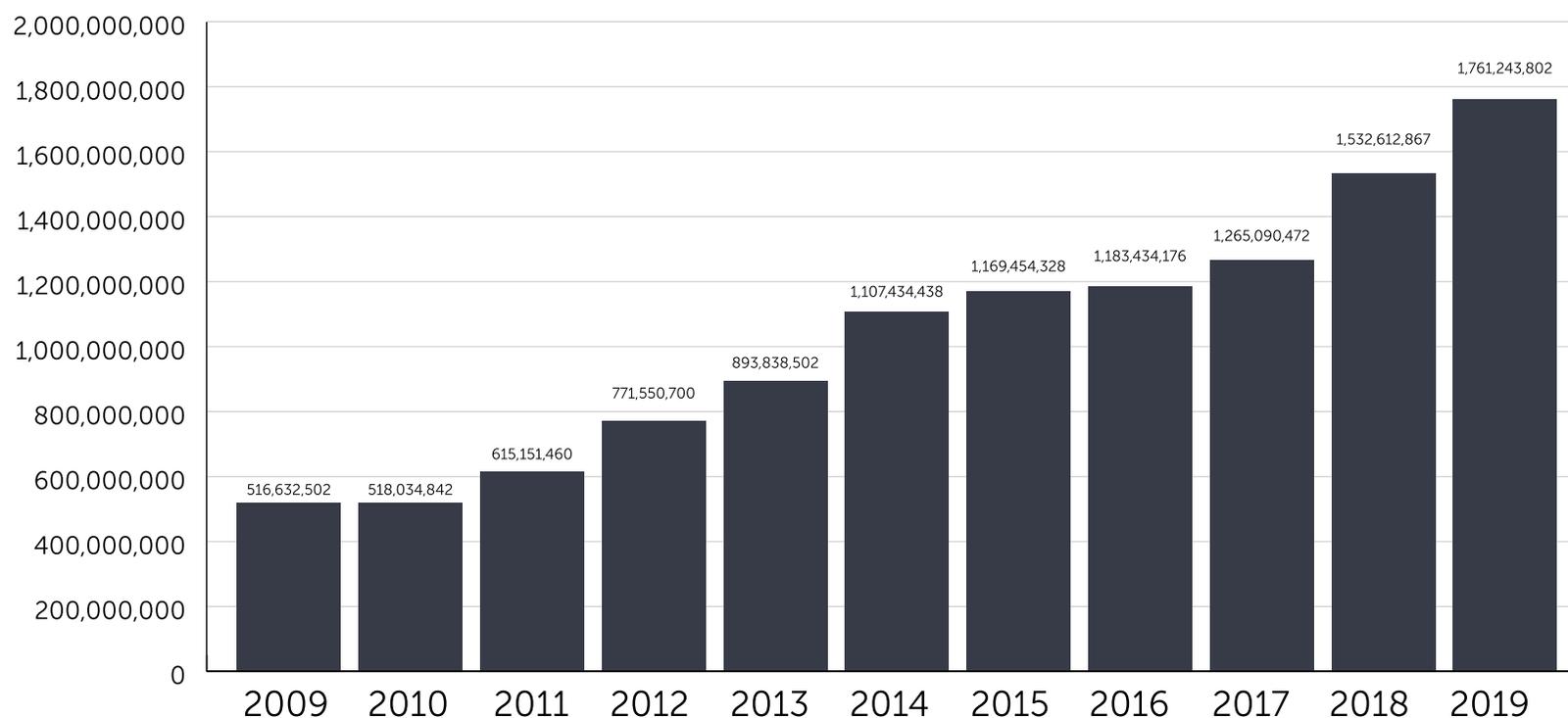
■ Estadía promedio todo tipo de alojamiento Noches

4.2.7 ASPECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

El sector turismo ha permitido obtener ingresos anuales con crecimientos significativos, tanto a nivel del gasto de turistas como de excursionistas, lo que se refleja en el crecimiento sostenido de la contribución del sector turismo al PIB de la nación, manteniendo una relación positiva a lo largo del período 2009-2019.

El crecimiento de los ingresos por turismo ha sido muy positivo en la última década. En el 2009 se tuvo un ingreso de \$516,632,502, el cual comparado con el 2019 cuyos ingresos fueron de \$1,761,243,802, muestran un crecimiento muy significativo del 240.9%.

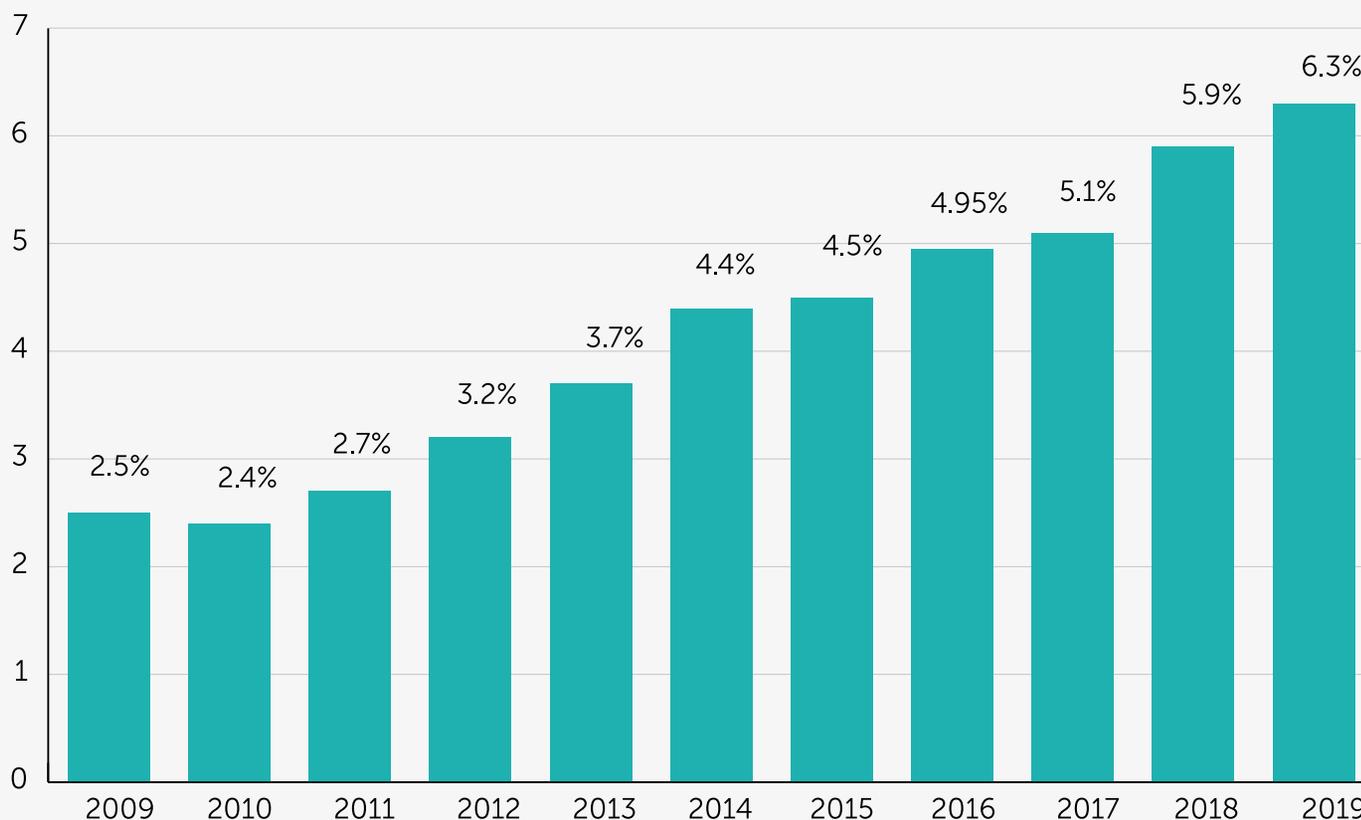
Gráfica 21
Ingresos por turismo en El Salvador.
2009-2019



Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019.

Los ingresos por turistas y por excursionistas pasaron de \$503,525,550 y \$13,106,952 en el año 2009 respectivamente a \$1,671,856,154 por turistas y de \$89,387,648 por excursionistas en el año 2019, lo cual ha significado un crecimiento durante la década del 232.0% y 582.0% respectivamente.

La Relación Turismo/PIB también ha tenido un crecimiento significativo en la última década, dado que en el 2009 la relación era de 2.5% y en el 2019 (estimación preliminar del PIB 2019) fue de 6.3%, lo que significa un crecimiento en la Relación Turismo/PIB del 152.0%. El crecimiento anual promedio de la relación durante la década fue de 10.3%.

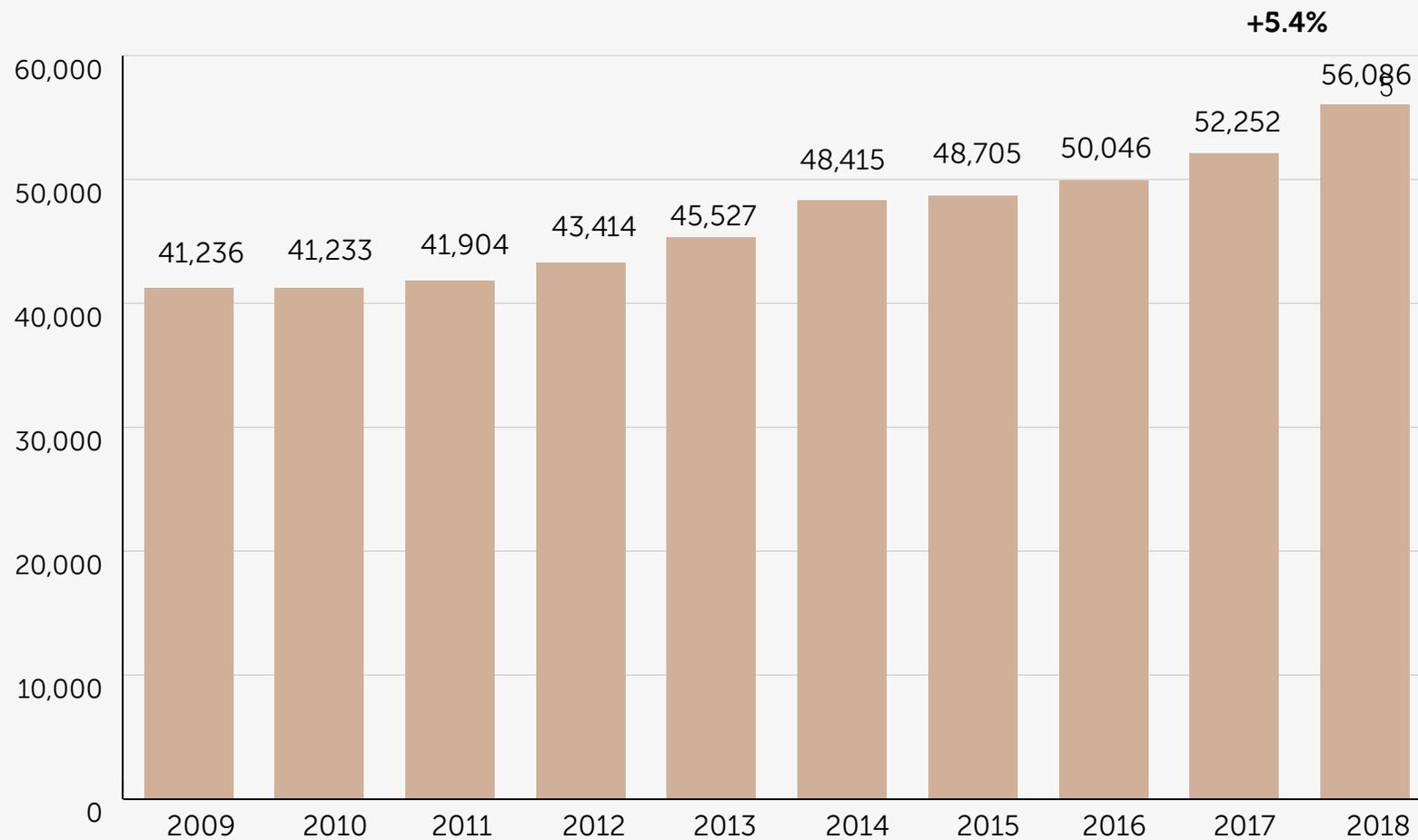


Gráfica 22
Relación turismo/PIB en %.
El Salvador. 2009-2019

Fuente: Elaboración propia, con base en el Compendio de Estadísticas Turísticas. Unidad de Inteligencia de Mercados, CORSATUR. 2009-2019. BCR. Datos preliminares del PIB hasta el 3er. Trimestre 2019.

El turismo genera en el país una cantidad de empleos que ha ido creciendo en los últimos años, experimentando del 2009 al 2018 un crecimiento del 33.2%. El promedio de crecimiento anual durante el período ha sido del 3.2%.

Gráfica 23
Empleos en las actividades características del turismo



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)



Laguna Verde de Apaneca
Apaneca, El Salvador

4.3 EL TURISMO SALVADOREÑO DESDE LA ÓPTICA INTERNACIONAL DE LA COMPETITIVIDAD

El Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) publica un informe denominado "Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCR)" el cual mide el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector de viajes y turismo, lo que a su vez contribuye al desarrollo y la competitividad de un país.

El informe señala que con una previsión de 1.8 mil millones de turistas internacionales para el año 2030, la industria desempeña un papel clave en la creación de oportunidades de empleo de alta calidad. Actúa como un vehículo para proteger y restaurar la biodiversidad de nuestro planeta y ayudar a construir puentes entre las personas y culturas. La investigación muestra que por cada 30 nuevos turistas a un destino se crea un nuevo trabajo.

El TTCR marca la competitividad de viajes y turismo de muchas economías (en el 2019, de 140) y comprende cuatro subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales, distribuidos entre los diferentes pilares, como se muestra en la siguiente imagen.

Imagen 1
Pilares y subíndices de competitividad
Foro Económico Mundial



Fuente: Informe "Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCR)"

El informe correspondiente al 2019, “The Travel & Tourism. Competitiveness Report 2019” señala que a nivel global España encabeza el ranking 2019, seguida por Francia (2), Alemania (3), Japón (4), Estados Unidos (5), Reino Unido (6), Australia (7), Italia (8), Canadá (9) y Suiza (10). En Latinoamérica encabeza México (19), Brasil (32), Costa Rica (41), Panamá (47), Perú (49), y Argentina (50).

El Salvador se ubica, en cuanto a competitividad en viajes y turismo en el lugar 108 de 140 países. En este ranking, Costa Rica y Panamá ocupan un lugar en el top 50, el 41 y 47 respectivamente. En Centroamérica nos ubica en el último lugar.

Nuestro país tiene un margen de mejora muy evidente, salvo en los pilares Salud e Higiene, Apertura Internacional y Precios Competitivos, en los demás pilares evaluados, obtiene una calificación inferior al promedio de la región norte y centroamericana. Algunos de los pilares evaluados destacan fuertes oportunidades de mejora, como los de infraestructura al servicio del turismo, Infraestructura de planta y puertos así como la de transporte aéreo, preparación y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y Recursos Culturales y Turismo de Negocios.



Volcán Ilamatepec
Santa Ana, El Salvador

05

CRITERIOS DE PLANIFICACIÓN



Los criterios son los requisitos básicos de diseño del Plan Nacional de Turismo 2030 que fueron establecidos y respetados en la elaboración del mismo.

En la planificación del turismo a nivel nacional, y en el caso de El Salvador, cuyo enfoque es territorial y sostenible, la gestión turística debe apegarse a ciertas reglas que permitan, no sólo aprovechar los beneficios de transformación económica y social que se derivan del turismo, sino garantizar la conservación y el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y sociales, es decir, se deben observar criterios básicos de planificación y gestión, de lo contrario la actividad turística puede representar un riesgo considerable para los entornos patrimoniales y para las poblaciones de los destinos turísticos.

Es por ello que, tomando de base algunos criterios externados de forma explícita e implícita en instrumentos oficiales sobre turismo en nuestro país y la región, y de acuerdo a su pertinencia e idoneidad de cara a los resultados buscados para El Salvador, se establecieron y siguieron los siguientes criterios de diseño:

1. Involucramiento de los actores territoriales. Como un proceso de reconocimiento del valor que los actores locales tienen en los territorios o destinos turísticos, involucrándolos desde la fase del diagnóstico para

conocer su sentir, capacidades y disponibilidad hacia el desarrollo turístico del país.

2. Enfoque holístico integral. Las apuestas estratégicas dan la mayor cantidad posible de variables del entorno turístico y de cara al contexto histórico, conyuntural y esperado de nuestro país. El diseño final del Plan al ser contrastado con el FODA del ámbito turístico de El Salvador realizado previamente, garantiza la cobertura de todas aquellas situaciones prioritarias identificadas.

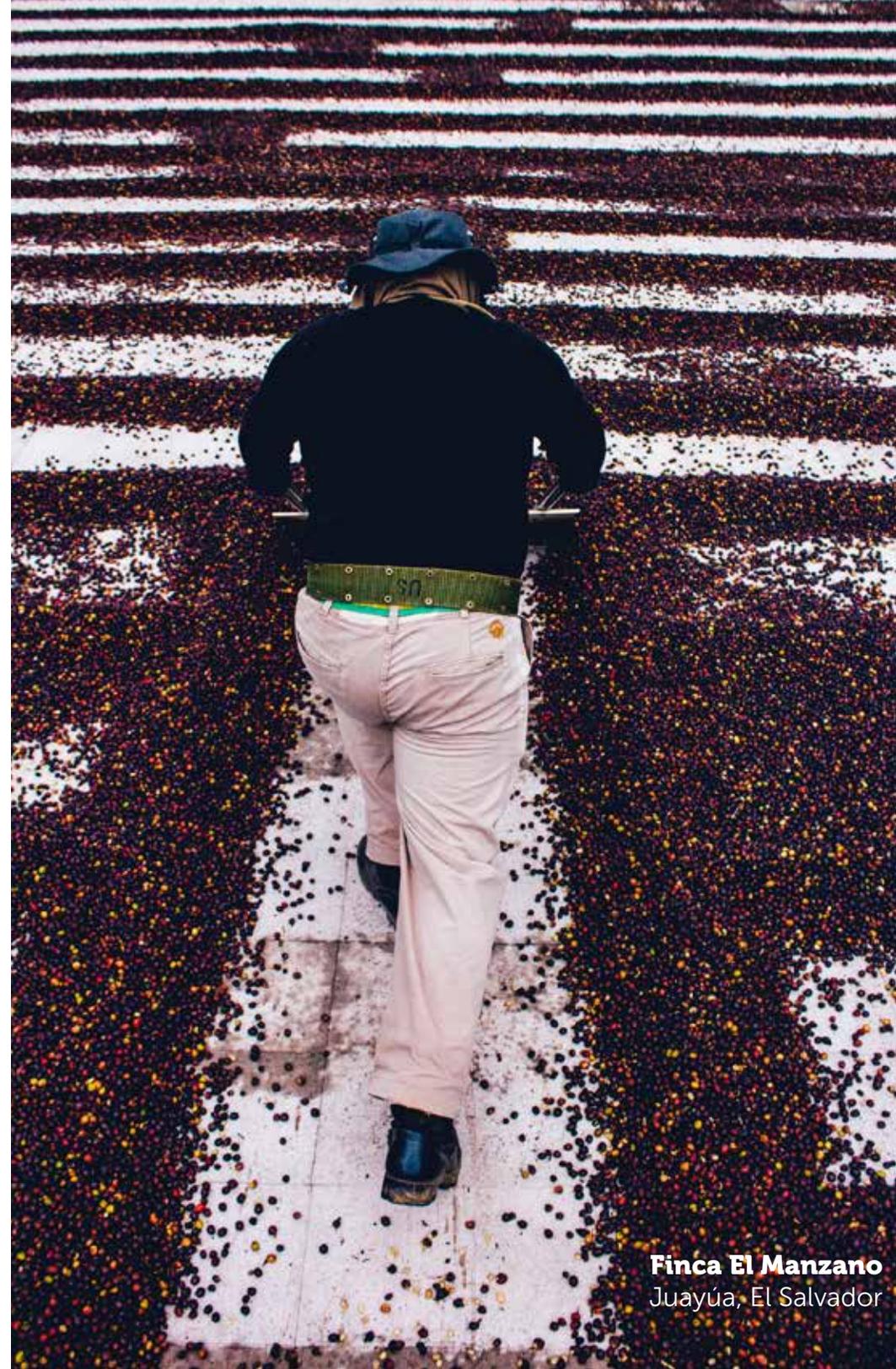
3. Planificación con enfoque de sostenibilidad. Considerando en todas las etapas de planificación que los resultados finales buscados están orientados a mejorar sustancialmente las condiciones de vida de la población, haciendo énfasis en la mayor cantidad de acciones prioritarias que lo posibiliten. Es fundamental definir y operativizar los medios idóneos para la conservación de los recursos naturales y culturales, incluyendo la preservación de lugares y elementos testigos de la historia y del patrimonio cultural local.

4. Promoción de la colaboración público-privada en el turismo. Tanto para el proceso de planificación como para la implementación del Plan, deberá existir una estrecha relación de cooperación y colaboración entre instituciones gubernamentales, con las municipalidades

y con el sector privado, de tal forma que se pueda alcanzar el desarrollo turístico aspirado de El Salvador.

5. Perspectiva a largo plazo, pero atención a intervenciones rápidas. Las acciones estratégicas propuestas en el Plan tienen perspectivas con matices de mediano y largo plazo; sin embargo, será vital la identificación de las acciones o programas de “triumfo rápido” que se implementen pronto, en el corto plazo, y que sean detonantes motivacionales que generen sinergias de mucho empuje para el logro de los resultados buscados.

6. Destino turístico inteligente. Planificar con miras a volver prioritarias acciones estratégicas orientadas a que, tanto en los destinos turísticos de El Salvador como a nivel de las instituciones públicas y privadas con intereses en el desarrollo turístico de nuestro país, se desarrollen procesos innovadores y el uso apropiado de la tecnología a todo nivel.



Finca El Manzano
Juayúa, El Salvador



06

PRINCIPIOS
RECTORES DE LA
GESTIÓN DEL PLAN

Entiéndase los Principios Rectores como un conjunto de valores fundamentales que deben convertirse en directrices normativas que guiarán tanto al gobierno, en las gestiones correspondientes a través de las cuales buscará lograr los resultados declarados en el Plan Nacional de Turismo 2030, como a todos los actores nacionales e internacionales que compartan intereses para que el turismo llegue a ser uno de los motores importantes de nuestra economía, y por tanto participen de forma directa o indirecta en la implementación de este plan.

Los Principios Rectores son:

1. Hagamos crecer a El Salvador, pero primero, a los menos favorecidos.

Se reconoce a nivel mundial, que a pesar de los radicales cambios generados por las nuevas tecnologías y la ampliación de su uso, el turismo sigue constituyéndose como uno de los sectores que más empleos generan, particularmente en los países en vías de desarrollo. El turismo conlleva cierta forma de modernización y con ello la generación de divisas, empleo y aumento en general de la actividad económica. La inercia que lleva a muchos destinos al interior del país a convertirse en sostenibles y atractivos, les implica un desarrollo infraestructural eficaz. Esto deberá ser un factor de beneficio significativo para la población pobre del lugar, ofreciéndole acceso a mercados y empleos, lo que a su vez viabilizará e

incrementará la distribución de bienes y servicios en toda la economía. El turismo en El Salvador deberá transversalizar la lucha contra la pobreza. Los beneficios derivados del desarrollo del territorio por la actividad turística, así como la generación de trabajo decente serán una prioridad.

2. Urgente y fundamental: lograr que todos los actores se alineen con un rumbo claramente definido.

En el escenario turístico actual, sumamente competitivo, y pudiera decirse de cierta forma que hasta hostil, los principales actores que potencian el desarrollo del mismo en un país, deben plantearse y asegurarse la mejor forma de diseñar la estrategia, que, partiendo de reconocer sus fortalezas y debilidades, les permita establecerse objetivos, metas y esquemas de actuación compartidos. Sin embargo, tan importante como esto, es el trabajar alineados de cara a las metas trazadas. Comprender la importancia de coordinar y orientar esfuerzos hacia la búsqueda de resultados claramente definidos, lo cual permitirá hacer el mejor uso de los recursos disponibles. Será vital que las entidades gubernamentales, gobiernos locales, empresarios, organizaciones comunales y locales, ONG's, emprendedores y la mayor cantidad de actores posibles trabajen de manera articulada, técnicamente alineada al Plan Nacional de Turismo y de forma solidaria en el desarrollo de las acciones estratégicas definidas, cada quien desde su ámbito de

atribución e intereses, pero en la búsqueda de resultados comunes. Asimismo será una fortaleza, el desarrollo de mecanismos de control y retroalimentación, de manera que la propia estrategia se adapte a las variaciones del entorno y de la realidad nacional.

3. Optimicemos nuestros recursos. Primemos la mejora cualitativa de las llegadas turísticas respecto a la cuantitativa.

Los beneficios del incremento del turismo internacional en una nación, se derivan del mayor ingreso de divisas, del aumento de la recaudación tributaria y, por tanto, del aumento de los ingresos del sector público y un mayor nivel de actividad económica en virtud a los efectos del multiplicador del gasto turístico. Por otra parte, los impuestos, tanto nacionales como municipales, son percibidos por el sector público en todos sus niveles sin discriminación de la persona que los consume; por lo tanto, los turistas en su calidad de consumidores de bienes y servicios nacionales contribuyen a aumentar los ingresos del Estado a través de los impuestos indirectos. Diversos modelos econométricos han estudiado la importancia del gasto del turista sobre la economía nacional y su efecto multiplicador, sus efectos directos, indirectos e inducidos son realmente impactantes. El férreo enfoque de sostenibilidad que nuestro país adoptará deberá llevarnos a primar el aumento del gasto promedio que realiza el turista que nos visita, sobre el aumento desmedido de la cantidad

de turistas que llegan a El Salvador. Está será una apuesta importante y coincidente en general con nuestros intereses ambientales.

4. Desarrollo turístico, Si. Primando que los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida sean respetados.

El desarrollo económico que genera el turismo, será sustentable sólo si las bases en las cuales se apoya respetan y protegen los recursos naturales, culturales, históricos y valores nacionales. La concepción contemporánea del turismo se inscribe en la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social. Muy bien lo enfatizan Vega y Muñoz señalando que "En este sentido, la sostenibilidad no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única opción. Aquella que puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de hoy y del futuro sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas que son el soporte de vida en la tierra."

5. Desarrollo turístico, Si. Sólo si parte de un efectivo ordenamiento territorial.

Existen muchas evidencias de cómo zonas turísticas de notables recursos naturales no alcanzan una competitividad sostenida ni beneficiosa por no contar con un sector complementario

adecuado. Por tanto, cualquier destino que pretenda ser exitoso deberá potenciar la existencia de sectores de apoyo, alojamiento, gastronomía, ocio, entre otros; y relacionados en clara sintonía con el producto turístico básico de dicha zona, buscando una coherencia con las necesidades que tiene cada segmento y perfil del turista que lo visita. Por esto, será de vital importancia la participación del Estado, a través del desarrollo de las acciones transversales que promuevan y garanticen una ocupación ordenada y un uso sostenible del territorio. Esto será posible a través de un accionar funcional que oriente, y penalice en casos que lo requieran, de la efectiva administración del desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo.

6. Nuestra identidad cultural, tan importante como factor para atraer el turista como para consolidar nuestro orgullo como país.

Debemos concebir el turismo como una actividad que destaque y dimensione el verdadero valor de la cultura de nuestro país. En general, el impulso del turismo es un camino para que los visitantes de una región puedan apreciar las diversas expresiones culturales de esta, y generen riqueza para aquellos que investigan y conservan el acervo cultural, motivando de esta manera a las nuevas generaciones del lugar para que se apropien de sus tradiciones y valores y cultiven el hábito del respeto por otras formas de contemplar y entender el mundo. El turismo deberá ser un elemento

cohesionador, que estimule que los salvadoreños puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia a nuestro gran país.

7. Inversión Extranjera en actividades turísticas, un ganar-ganar urgente.

Sin inversión el aumento de la competitividad y el empleo camina a un ritmo extremadamente lento o nulo. Será fundamental generar estímulos y condiciones, que permitan mejorar los niveles de inversión. Es imperativo, que para potenciar el desarrollo turístico se incremente el tejido empresarial y se fortalezcan aspectos infraestructurales de diversa índole. Esto requiere de una inversión, más allá de la que el Estado tiene capacidad de realizar, y muchas veces en montos muy superiores a los que los connacionales pueden invertir, por tanto miramos a los inversionistas extranjeros como importantes aliados con quienes tenemos intereses comunes. Es evidente que el país será un destino que motive a invertir, si desarrollamos un contexto socio-político que reduzca la percepción de riesgo de parte de los extranjeros, y además contemos con un marco jurídico-institucional confiable, que garantice los derechos de propiedad y estimule el involucramiento de los inversionistas a largo plazo.

8. Mientras más empresas turísticas se formalicen, más salvadoreños con protección social ahora y en su futuro.

El salvadoreño es luchador. Sale adelante ante muchas vicisitudes. Un muy amplio sector de la población económicamente activa ha logrado a través de la última década, autogenerarse empleos a partir de iniciativas personales o acogerse a empleos informales generados por otros ante la carencia de oportunidades en los mercados laborales formales. Esto sin embargo ha propiciado que el sector empresarial informal sea excesivamente grande, y más allá que una de las principales consecuencias de ello sea la reducción de los ingresos tributarios que el país pueda recibir, esto no sólo limita a los sectores informales a optar por ciertos beneficios de los que pueden gozar las empresas formales, como acceso a financiamiento en mejores condiciones, una mejor estabilidad organizacional-empresarial, posibilidad de pertenecer a redes de empresas y/o asociaciones, mayor control administrativo de sus operaciones (al contar con sistemas contables y medios de facturación más seguros), entre otras, sino también dificulta y muchas veces imposibilita el que brinden a sus empleados la seguridad social que merecen y condiciones de trabajo justas que dignifiquen su humanidad. Este es un reto importante.

9. ¿Proveedores? Cuántos más sean salvadoreños, mejor.

Aunque el turismo con seguridad sea un motor de desarrollo

social, contribuya a la reducción de la pobreza y sea un generador de empleo local, muchas veces el entramado empresarial que lo sustenta se abastece a través de proveedores extranjeros, en detrimento de proveedores locales. Debemos realizar los esfuerzos que sean necesarios para llevar a El Salvador a ser un referente, en donde se expandan las relaciones intersectoriales locales que se traduzcan en una dinámica de oferta y demanda de servicios y productos, los cuales satisfagan la mayor parte de aquellas necesidades de aprovisionamiento posibles. Esto fomenta y demanda a la vez de un círculo virtuoso, en el cual será imperativo elevar la competitividad de las empresas salvadoreñas que opten por ser proveedores de aquellas, que a su vez enfocarán sus necesidades de aprovisionamiento, como primera opción en las alternativas locales.

10. Probidad y transparencia, el marco de actuación que deberá encuadrar a todos los que contribuyan al desarrollo del turismo nacional.

Las acciones realizadas, principalmente por las entidades públicas, que se desarrollen en el marco de la implementación del plan, deben situar la información clave que se desprenda de ellas a disposición de los ciudadanos interesados. Esto no deberá verse como el rendir cuentas a un ciudadano en específico, sino más bien será el hecho que la información en su conjunto deberá tener libre acceso a la información de los órganos públicos. La sociedad en general podrá revisarla,

analizarla y derivar de ella los juicios que considere necesarios. Los funcionarios públicos observarán una conducta intachable y un desempeño honesto y leal en función de su cargo y de cara a los resultados finales e intermedios que se plantean en este plan. El interés general, primará en todo momento, sobre el interés particular.

11. Oportunidades en igualdad de condiciones para todos, lo cual demanda de la generación de espacios a los grupos vulnerables.

Se reconoce que a nivel mundial el turismo y todos los sectores productivos implícitos en este, son de los de más rápido crecimiento en el mundo. Estos demandan de la utilización de mucha mano de obra y se constituyen en una fuente importante de desarrollo y empleo, especialmente para quienes tienen un acceso limitado al mercado de trabajo, como es el caso de mujeres, jóvenes, trabajadores migrantes y poblaciones rurales. Sin embargo, la sombra de la informalidad de las empresas también cubre al sector turístico. La Organización Internacional del Trabajo señala que “aunque no se puede considerar que todos los trabajos informales sean de mala calidad, es frecuente que ofrezcan precarias condiciones laborales y se presten a atropellos a los derechos de los trabajadores.” Sin embargo más preocupante es aun el hecho comprobado que consecuencias negativas de los trabajos informales golpean con más fuerza a los grupos vulnerables, como mujeres, jóvenes e inmigrantes. El

turismo deberá ser un estandarte que promueva un sistema social más digno y justo, en donde todas las personas tengan las mismas oportunidades de acceder al bienestar social.

12. La mejor decisión, es aquella que se enmarca en los valores personales e institucionales, pero que se nutre de la mayor cantidad de información posible.

La toma de decisiones es un proceso generalmente complejo, el cual se vuelve más dinámico, accesible y efectivo, en la medida que estas se enmarcan en una serie de valores, principios y criterios adecuados. Evidentemente el contar con una serie de resultados explícitos a los que se aspira llegar, viabiliza el orientar mejor las decisiones tomadas. Sin embargo, será una consigna ineludible el contar con la mayor cantidad de información posible. En la actualidad, cada vez más empresas confían en el uso de datos, los cuales le permitan saber que está ocurriendo en cada momento y contar con información que permita tanto planificar, como reaccionar de una forma más eficiente e inmediata. Esto plantea requerimientos muy claros que ponen en valor la importancia de captar, procesar y analizar, aquella información de utilidad que nos vuelva más efectivos y eficientes. Es más que evidente que los recursos tecnológicos son imprescindible para una mejor gestión de la información.

13. Articulación y colaboración público-privada. Tan importante como indispensable.

Lograr los resultados buscados será imposible si no se obtienen las sinergias demandadas entre las entidades que deben ser parte del diseño, gestión y/o implementación de las acciones estratégicas que llevará al país a lograr dichos resultados. Una efectiva coordinación y colaboración interinstitucional e intersectorial partirá de la capacidad que desarrollen las instituciones públicas para relacionarse entre sí, y con el sector privado. La consigna permanente será el fortalecer día a día la articulación y colaboración entre todos los sectores. El turismo como actividad económica no difiere de todos los demás segmentos productivos en un país, en cuanto que es el resultado de una amplísima interacción sistémica, de muchos actores y recursos.

14. Gestión del turismo inteligente. Mientras más tecnología útil, mejor.

El empuje tecnológico ha revolucionado la forma en cómo vivimos. A nivel mundial el turismo se ha visto impactado abrumadoramente por las experiencias que los avances tecnológicos permiten disfrutar a los turistas, nadie duda de su importancia y cómo influye en la manera en que se eligen y disfrutan destinos turísticos específicos. Por otra parte, las entidades que se desenvuelven en ámbitos relacionados al turismo, deberán fortalecerse a nivel tecnológico. Sus

beneficios son incuestionables. El contar con sistemas de inteligencia para el turismo, la gestión de información a gran escala, el desarrollo y gestión de tecnologías para móviles, entre muchas otras acciones serán claves para atraer y fidelizar a los turistas, así como anticiparse a las demandas del entorno, mejorar el impacto de las acciones de marketing y por supuesto, optimizar los resultados de cualquier decisión a tomar.



El Salto de Malacatiupán
Atiquizaya, El Salvador



Playa El Zonte
Chiltiupan, El Salvador

07

HAGAMOS HISTORIA.
EL TURISMO COMO
UNO DE LOS MOTORES
DEL DESARROLLO
ECONÓMICO DEL
PAÍS – ASPIRACIONES
ESTRATÉGICAS

7.1 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El Salvador goza los beneficios de un efectivo modelo de desarrollo turístico, el cual a través de una gobernanza eficiente y participativa ha logrado en una década una exitosa y admirable implementación de su Plan Nacional de Turismo. Esto ha contribuido para que el país disfrute de un evidente desarrollo económico sostenible. El turismo ha crecido a niveles nunca experimentados, es un motor importante de la economía nacional y su contribución al PIB nacional es la más alta en Centroamérica, su derrama a la generación de empleo y desarrollo humano en muchos territorios es satisfactoria, y se vislumbra con perspectivas de crecer mucho más. Esto ha sido impulsado por una vigorosa y transparente actuación del gobierno, una apropiada gestión en términos normativos y estratégicos-operativos del turismo como Política de Estado y mediante el desarrollo de una estrategia que ha logrado posicionar al país por sus destinos especializados, siendo SurfCity el principal abanderado de este logro. Existe una satisfactoria sinergia entre todos los principales actores del ámbito turístico nacional, así como una articulación modelo entre los sectores públicos y privados con intereses en el desarrollo turístico que ha convertido al país en un referente regional.

Las capacidades y potencialidades del país en la esfera turística han sido muy bien gestionadas, su competitividad en el ámbito turístico es reconocida a nivel mundial. Asimismo, la competitividad de las entidades turísticas del país es cimera en Centroamérica, principalmente por el empuje recibido al incrementarse notablemente los recursos en general para su potenciamiento y por la mejora de la infraestructura de áreas y productos turísticos estratégicos. La inversión en actividades relacionadas al turismo, tanto nacional como extranjera, se encuentran a un nivel muy satisfactorio en relación con la región. Se cuenta con el óptimo recurso humano, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo para atender los requerimientos derivados del crecimiento turístico. La oferta de servicios turísticos es amplia y variada, favorecida por los cada vez más beneficiosos emprendimientos de alto impacto que se promueven y potencian. Por otra parte, la seguridad en el país es reconocida a nivel mundial, lo que ha aumentado sustancialmente la percepción positiva en el exterior en este sentido.

El pueblo salvadoreño goza de una identidad cultural fuerte, que se refleja en su forma de comprender y acompañar el esfuerzo por desarrollar el turismo como un importante dinamizador de nuestra economía. El visitante sabe de esto y le motiva a visitar al país. Se disfruta un ambiente al que solamente se llega por medio del turismo justo y solidario.

La visibilidad y presencia positiva en los mercados nacionales e internacionales de los destinos, recursos y empresas turísticas salvadoreñas son un factor que propicia un elevado incremento de visitantes, así como de los ingresos promedio que de estos se obtiene, lo cual en gran parte ha sido alcanzado por la conquista de nuevos mercados turísticos y por el desarrollo de acciones de marketing innovadoras y efectivas. Asimismo, el gobierno contribuye al crecimiento turístico a través de la ampliación y consolidación de las relaciones internacionales con países clave respecto a las aspiraciones del país.

El desarrollo turístico de El Salvador se vive en un ambiente de profundo respeto y protección a los procesos ecológicos esenciales, diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. La pureza ambiental es un factor de prioritaria importancia para todos implicados en el desarrollo turístico, incluyendo a los visitantes. El patrimonio sociocultural y natural nacional está preservado y protegido y se constituye como un pilar importante del turismo, de igual forma los paisajes rurales y urbanos de alta calidad son efectivamente manejados y protegidos como recursos turísticos.

El turismo contribuye significativamente a la mejor calidad de vida de los salvadoreños.

7.2

ESTRATEGIA GENERAL 2020 - 2030

El Plan Nacional de Turismo 2030, plantea una serie de aspiraciones estratégicas, las cuales permitieron diseñar una serie de elementos estratégicos que conducirán al sector turismo por la senda del desarrollo socioeconómico perfilándolo como un importante motor de la economía salvadoreña; para ello, ha sido de vital importancia la amplia participación de los actores territoriales a nivel nacional, cuyos insumos dieron pauta a la identificación de cuatro importantes ejes estratégicos.

Eje 1 - Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional, que engloba una serie de esfuerzos orientados hacia la sensibilización de la población y comunidades de los destinos turísticos para que valoren el patrimonio nacional, que se sientan parte integral del desarrollo socioeconómico por medio del turismo sostenible, ante todo conservando, protegiendo y promocionando el patrimonio sociocultural y natural de sus territorios; garantizando con esto el crear las condiciones adecuadas para el desarrollo turístico deseado, a partir de la preservación de **“Nosotros para Nosotros”**.

Eje 2-Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades, paralelamente, se mejorarán las condiciones estructurales para mejorar la competitividad en el ámbito turístico, la de los prestadores de servicios turísticos, emprendedores y MIPYMES, entidades en general del sector público y privado, para brindar un mejor servicio al visitante; gestionar y orientar recursos financieros en la cuantía necesaria para que el sector turismo del país esté en la capacidad de ofrecer mejores condiciones de infraestructura turística y complementaria, con personal altamente capacitado y con mejores habilidades al servicio del visitante nacional y extranjero; de esta manera podremos ser mejores y estar siempre preparados para brindarnos **“Nosotros para el Mundo”**.

Eje 3-Gestión de la Demanda Turística, se gestionará el oportuno acceso a los mismos, desarrollando un efectivo e innovador marketing, aprovechando no sólo las nuevas tendencias en los mercados internacionales de turismo, sino también utilizando las tecnologías de comunicación e información más innovadoras y eficaces, optimizando los procesos inherentes a la gestión migratoria, los procesos de desplazamientos internos y la relación con otros países de interés, mejorando con todo ello la presencia de los destinos y productos turísticos salvadoreños a nivel internacional, para vernos como lo que somos: una opción turística interesante y en permanente atracción de **“El mundo hacia Nosotros”**.

Eje 4- Institucionalidad del Sector, orientado a robustecernos como país en el ámbito turístico, fortaleciendo las competencias administrativas y de gestión, tanto del sector gubernamental como del sector privado, acompañando esto de un marco normativo y político pertinente y asimismo reenfocando todo un conjunto de creencias, ideas, valores y principios para direccionar mejor los esfuerzos para lograr las apuestas estratégicas contenidas en el plan, incrementando las sinergias entre los actores del ámbito turístico salvadoreño y creando una cultura de gestión pública participativa y transparente, todo esto en pos de impulsar **“Un nuevo modelo de desarrollo turístico”** para nuestro querido El Salvador.

7.3 ASPIRACIONES ESTRATÉGICAS

Las aspiraciones estratégicas que marcarán la pauta para la orientación de los esfuerzos que como país debemos realizar, se enmarcan en cuatro ejes, en cada uno de los cuales se agrupan una serie de Resultados Finales que deben alcanzarse a través del logro de un grupo de Resultados Intermedios.





Playa El Cocal
La Libertad, El Salvador

Imágen 2

Ejes del Plan Nacional de Turismo 2030



Fuente: Elaboración propia

Los Resultados Finales a los que se aspira llegar en cada eje deberán ser alcanzados a través del logro de un grupo de Resultados Intermedios, estos últimos se lograrán a través de una serie de Acciones Estratégicas.

Es importante tener claro, que el logro de la gran mayoría de Resultados Finales que se presentan, dependen del logro no sólo de los Resultados Intermedios que se le han definido y adscrito de forma específica en el presente plan, sino del logro de muchos otros, los cuales se han definido y adscrito a otros Resultados Finales distintos. Sin embargo por razones de practicidad, razonamiento técnico y el evitar confusiones y ambigüedades innecesarias, dichos Resultados Intermedios y Acciones Estratégicas no se han repetido en cada eje o Resultado Final en donde contribuyen a los logros aspirados. Es decir aparecen declarados solo una vez, bajo el entendido que el Plan Estratégico es de carácter sistémico y por ende todas las Acciones Estratégicas definidas contribuyen directa e indirectamente, total o parcialmente al logro de los todos Resultados Finales aspirados, así como a alcanzar las metas definidas.

Los esfuerzos y sus resultados, que se definen en cada eje son los que pueden verse a continuación.



Playa El Sunzal
Tamanique, El Salvador

Panorámica del Golfo de Fonseca, Volcán de Conchagüa
Conchagüa, El Salvador



EJE 1

Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

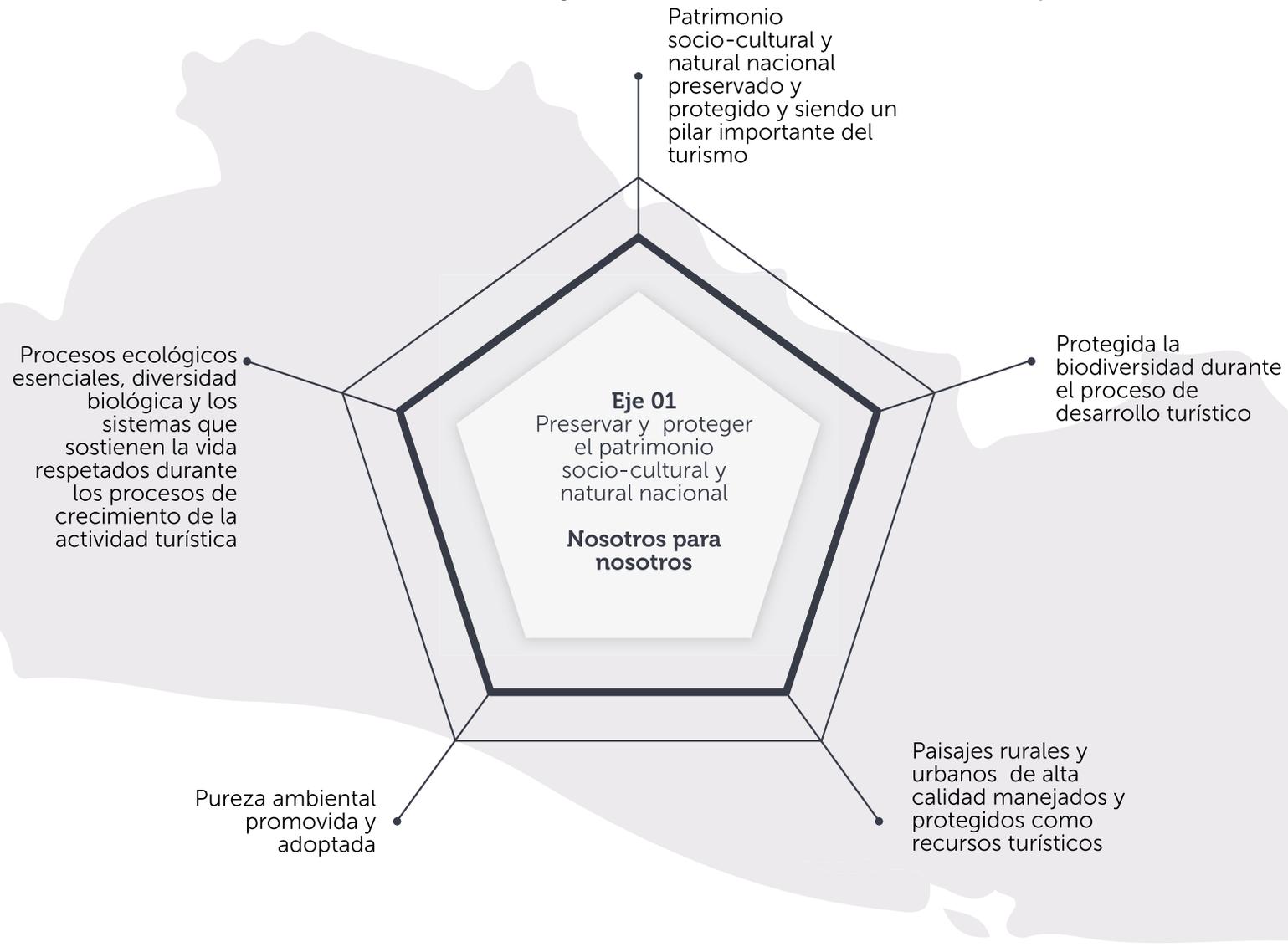


Imagen 3

Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional

Fuente: Elaboración propia

Eje 1 - Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultado Final: Patrimonio socio-cultural y natural nacional preservado y protegido y siendo un pilar importante del turismo			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Patrimonio nacional (cultural, natural y humano) conservado y protegido	Porcentaje de sitios patrimoniales o de resguardo de patrimonio que ejecutan un modelo mejorado de gestión permanente del patrimonio cultural de atractivo turístico	0%	100%
Orgullo nacional, conciencia cultural y educación ambiental de los ciudadanos fortalecida	Cantidad de Horas de instrucción dedicadas a la educación formal cultural y artística al año	1er grado: 80h/año 2do a 6to grado: 120h/año 7mo -9no grado: 0h/año Bachillerato: 0h/año	1er grado: 80h/año 2do a 6to grado: 120h/año 7mo -9no grado: 70h/año Bachillerato: 60h/año (tiempo flexible)
	Programa Integral de Educación sobre los recursos socio-culturales y naturales y educación ambiental agregado a la currícula de enseñanza de la educación primaria y secundaria e implementado	No elaborado y no implementado	Elaborado e implementado
	Porcentaje de la comunidad que opina que se están conservando la cultura, integridad y autenticidad locales	N/D	80%
Políticas turísticas por áreas geográficas y tipología de asentamiento, debidamente articuladas	Índice de desarrollo de un marco multidimensional para la sostenibilidad del patrimonio	N/D	1
	Índice de sostenibilidad Ambiental (Environmental Sustainability) del TTCR	3.8	4.7
Valorizado el Patrimonio Cultural y nacional del país	Número de viajes de turismo interno	13.00 millones	23.18 millones (78.3% más)
	Número de visitantes anuales al patrimonio cultural y natural de El Salvador	1.58 millones de visitantes	2.80 millones de visitantes (77% más)
	Índice de Recursos culturales (Cultural resources & business travel) del TTCR	1.3	2.1

Resultado Final: Protegida la biodiversidad durante el proceso de desarrollo turístico

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Espacio turístico terrestre, costero y marino planificado y gestionado de forma sostenible	Nivel promedio de capacidad de manejo (CM) de los espacios turísticos terrestres, costeros y marinos a nivel nacional	Insatisfactorio (Menor a 35%) (p)	Satisfactorio (76 – 89%)
	Número de olas (rompientes) protegidas para actividades deportivas	0	30
Manejo sostenible del turismo en áreas naturales gestionado y promovido	Proporción de áreas naturales con planes de manejo sostenible elaborados, oficializados e implementados	ANP: 62.3% Sitios Ramsar y reservas de biósfera: 100% (p)	ANP: 100% Sitios Ramsar y reservas de biósfera: 100%
	Índice de Recursos Naturales (Natural Resource) del TTCR	2.2	4.0

Resultado Final: Paisajes rurales y urbanos de alta calidad manejados y protegidos como recurso turístico

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Instituciones de gobierno y Municipalidades contribuyendo al mantenimiento de los paisajes naturales a nivel urbano y rural	Nº de instrumentos municipales de ordenamiento y desarrollo local, creados o revisados para el mantenimiento de los paisajes naturales en década 2020-2030	0	262
Pobladores y comunidades involucrados en la protección de sus recursos turísticos	Cantidad de comités municipales de gestión social de turismo creados y en funcionamiento	0	252

Resultado Final: Pureza ambiental promovida y adoptada

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Espacio turístico terrestre, costero y marino planificado y gestionado de forma sostenible	Cantidad de establecimientos de destinos turísticos que cuentan con certificación formal (conforme a las normas SGE, ISO 14000, HACCP, etc. o sus equivalentes nacionales)	4 (p)	300
	Imagen de limpieza de los destinos turísticos	68% (p)	90%
Promovidas las acciones de mejora en el uso racional de los recursos naturales por parte de la población de los destinos turísticos	Consumo anual per cápita de energía en destinos turísticos	N/D	Reducir el 40% del estimado año 2020 o 2021
	Frecuencia de recogida de residuos sólidos en las áreas turísticas prioritarias	N/D	Realizar 1 recogida al día en cada punto de Residuos Sólidos
	Porcentaje de residuos sólidos que son reciclados	N/D	Al menos el 15%
	Consumo anual de agua por turista en sector hotelero	1,632 Litros /turista (p)	1,338 Litros /turista (18% menos)

Resultado Final: Procesos ecológicos esenciales, diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida respetados durante los procesos de crecimiento de la actividad turística

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Minimizado el impacto ambiental y social por actividades turísticas	Satisfacción de los residentes con el turismo	N/D	Nivel global de satisfacción: 8.0 80% de los destinos turísticos principales con nota arriba de 7
	Emisiones CO2 en el sector turístico	N/D	Reducir el 52% del estimado año 2020 o 2021



Playa La Bocana
Tamanique, El Salvador



Finca El Manzano
Juayúa, El Salvador

EJE 2

Gestión de nuestras capacidades y potencialidades

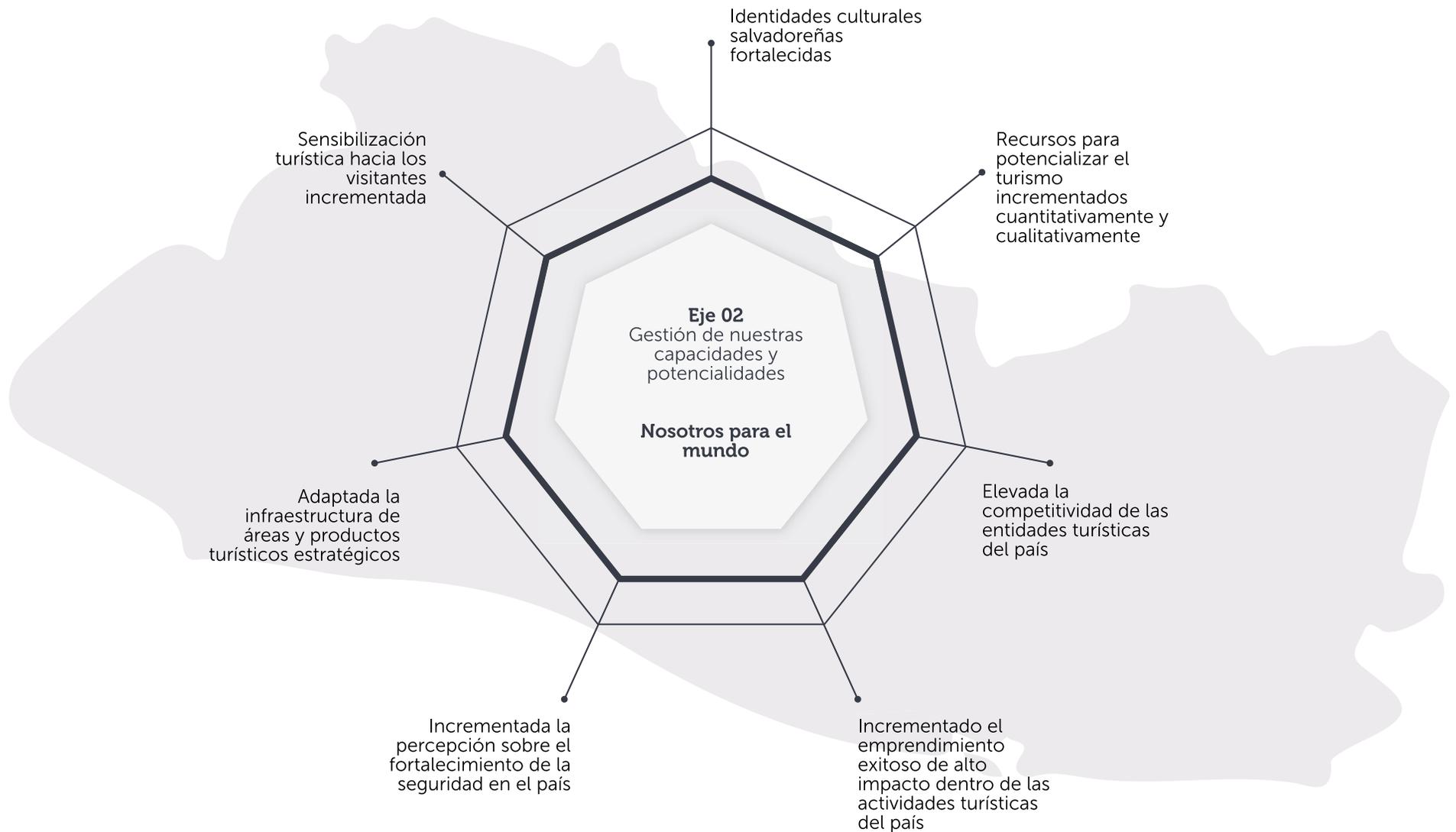


Imagen 4

Gestión de nuestras capacidades y potencialidades

Fuente: Elaboración propia

Eje 2 - Gestión de nuestras capacidades y potencialidades (nosotros para el mundo)

Resultado Final: Sensibilización turística hacia los visitantes incrementada			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Visitantes sensibilizados en cuanto al Patrimonio nacional (cultural, natural y humano)	Cantidad de campañas publicitarias referentes al Patrimonio nacional y turismo salvadoreño realizadas en el extranjero al año	Total: 5 Regionales: 3 Anglosajón: 2	Total: 11 Regionales: 3 Países de habla española: 2 Anglosajón: 3 Otro idioma: 3
Centros históricos fortalecidos, ordenados e impulsados para la inversión en ellos y recepción de turistas	Número de centros históricos fortalecidos, ordenados y/o revalorizados en la década 2020 – 2030	0	75

Resultado Final: Identidades culturales salvadoreñas fortalecidas			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Investigaciones sobre las tradiciones y gastronomía salvadoreña realizadas y difundidas con enfoque de turismo sostenible	Número investigaciones sobre las tradiciones y gastronomía salvadoreña realizadas y difundidas al año	N/D	Aumentar un 100% del estimado año 2020 o 2021
Proyectos culturales diseñados, puestos en marcha y difundidos mediáticamente	Plan para el Desarrollo del Turismo Cultural de El Salvador	No elaborado y no implementado	Elaborado e implementado

Resultado Final: Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Incrementada la inversión extranjera en el ámbito turístico	Monto total anual de inversión en sector turismo	US\$ 91.8 millones (p)	US\$ 188.06 millones (104.9% más)
	Monto anual de inversión extranjera en sector turismo	US\$ 12.45 millones (p)	US\$ 81.27 millones (553% más)
Incrementada la Inversión nacional pública y privada en el ámbito turístico	Monto anual de inversión nacional en sector turismo	US\$ 79.35 millones (p)	US\$ 106.79 millones (35% más)
	Monto anual de inversión privada nacional en sector turismo	US\$ 66.85 millones (p)	US\$ 86.79 millones (30% más)
	Monto anual de inversión pública en sector turismo	US\$12.5 millones (p)	US\$20.0 millones (60% más)
Incrementado el Recurso Humano cualificado para el desarrollo turístico	Realización de Diagnóstico sobre el nivel de formalización de empleos en los destinos	No Realizado	Realizado antes de 2025
	Programas de formación y capacitación especiales para recurso humano que labora o desea laborar en el ámbito turístico	No Diseñados y no implementados	Diseñados e implementados
	Índice de Recursos humanos y mercado laboral (Human Resources & labour market) del TTCR	3.7	5.0
	Cantidad de instructores de Surf certificados	11	55

Resultado Final: Elevada la competitividad de las entidades turísticas del país

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Incrementada la capacidad instalada para desarrollo de actividades turísticas	Plazas cama para alojamiento	16,740	20,898 (25% más)
	Cantidad de Restaurantes	784	989 (26.1% más)
	Índice de estructura de servicios turísticos (Tourist service infrastructure) del TTCR	3.1	4.7
Mejorada la calidad de los productos y servicios brindados por los agentes turísticos públicos y privados	Nivel de satisfacción de los visitantes al marcharse	N/D	Superior al 8.2
Incrementados los productos y servicios turísticos innovadores	Índice de Preparación de las TICs (ICT Readiness) del Foro Económico Mundial	4.2	5.6
Incrementada la productividad de los agentes turísticos públicos y privados	Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCR)	3.2	4.3
	PIB Turismo	US\$ 1,761.24 millones	US\$ 3,139.65 millones (78.3% más)

Resultado Final: Incrementado el emprendimiento exitoso de alto impacto dentro de las actividades turísticas del país

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Iniciativas turísticas emprendedoras de alto impacto con fuerte apoyo técnico y financiero	Cantidad de MIPYMES turísticas en funcionamiento	2,231 (San Salvador, Usulután y La Libertad)	6,703 (País)
	Presupuesto para Desarrollo Turístico Nacional	US\$29.79 millones	US\$48.22 millones (60% más)
	Cantidad de empresas turísticas registradas en el RNT	265	812 (206% más)

Resultado Final: Incrementada la percepción sobre el fortalecimiento de la seguridad en el país

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Aumentada la efectividad de las acciones interinstitucionales en materia de seguridad	Incidencias anuales de seguridad vinculadas a visitantes	N/D	Reducir un 62.88% el valor base calculado en el año 2020 o 2021
	Tasa anual de homicidios por cada 100,000 habitantes	35.98	4.75 (86.8% menos)
	Percepción de seguridad ciudadana en espacios recreativos	39.2	76.0
Mejorada la estrategia de comunicación sobre aspectos de seguridad en el país hacia la comunidad internacional	Nivel de riesgo, según el Travel Risk Map	Alto	Bajo
	Percepción de seguridad de turistas	N/D	8.0
	Índice de Seguridad y Protección del TTCR (safety and security)	3.0	5.3

Resultado Final: Adaptada la infraestructura de áreas y productos turísticos estratégicos.

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Red de infraestructura para la movilidad e intermodalidad mejorada	Índice de infraestructura portuaria y carreteras del TTCR (Ground and Port Infrastructure)	2.9	4.0
	Índice de infraestructura aeroportuaria del TTCR (Air transport infrastructure)	2.1	3.3
Infraestructura de servicios complementarios mejorada	Cobertura de acceso a servicios básicos en comunidades de destinos turísticos	N/D	Agua potable: 90% Energía eléctrica: 100% Saneamiento: una mejora del 15% en la cobertura.



Apaneca
Ahuachapán, El Salvador

EJE 3

Gestión de la demanda turística

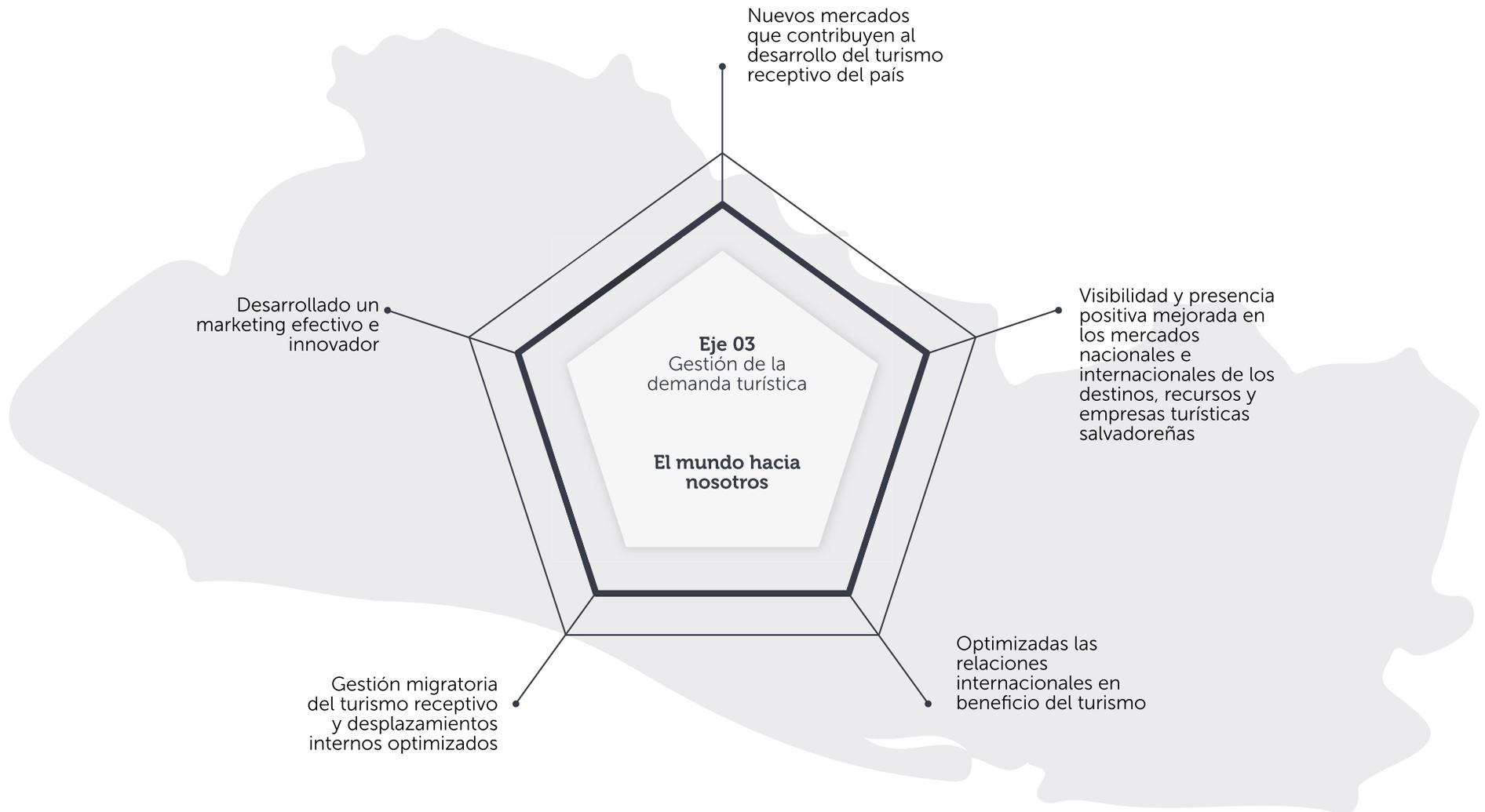


Imagen 5
Gestión de la demanda turística

Fuente: Elaboración propia

Eje 3 - Gestión de la demanda turística (El mundo hacia nosotros)

Resultado Final: Nuevos mercados que contribuyen al desarrollo del turismo receptivo del país			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Ampliada la oportunidad de conquistar nuevos mercados turísticos	Número de países alcanzados con la estrategia de promoción internacional	17	55 (223.5% más)
	Número de nacionalidades de turistas que visitan el país anualmente	28 (p)	60 (114.3 % más)
Nuevos mercados turísticos identificados y consolidados	Llegadas de visitantes internacionales (Turismo receptor)	2.64 millones	3.99 millones (51% más)
	Cantidad anual de turistas	1.77 millones	2.81 millones (59% más)
	Cantidad anual de excursionistas	0.87 millones	1.18 millones (35.6% más)

Resultado Final: Visibilidad y presencia positiva mejorada en los mercados nacionales e internacionales de los destinos, recursos y empresas turísticas salvadoreñas			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Ampliada la oportunidad de conquistar nuevos mercados turísticos	Proporción de empresas turísticas empleando TICs	N/D	Un aumento de 33 puntos (33%) en la proporción de empresas, respecto a la línea base, o sea: (línea base de año 2020 o 2021) + 33%
	Número de aplicaciones relacionadas principalmente al turismo salvadoreño	28 identificadas en Play Store (p)	500 (1,686% más)
Elaborado un plan integrado de posicionamiento de la marca del país	Valor comercial de la marca país	US\$ 18,000 millones	US\$ 38,000 millones (111%)
	Plan de posicionamiento de la marca del país	No elaborado y no implementado	Elaborado e Implementado
	Ranking Country Brand Index Latinoamérica	Puesto 17	Puesto 11

Resultado Final: Optimizadas las relaciones internacionales en beneficio del turismo

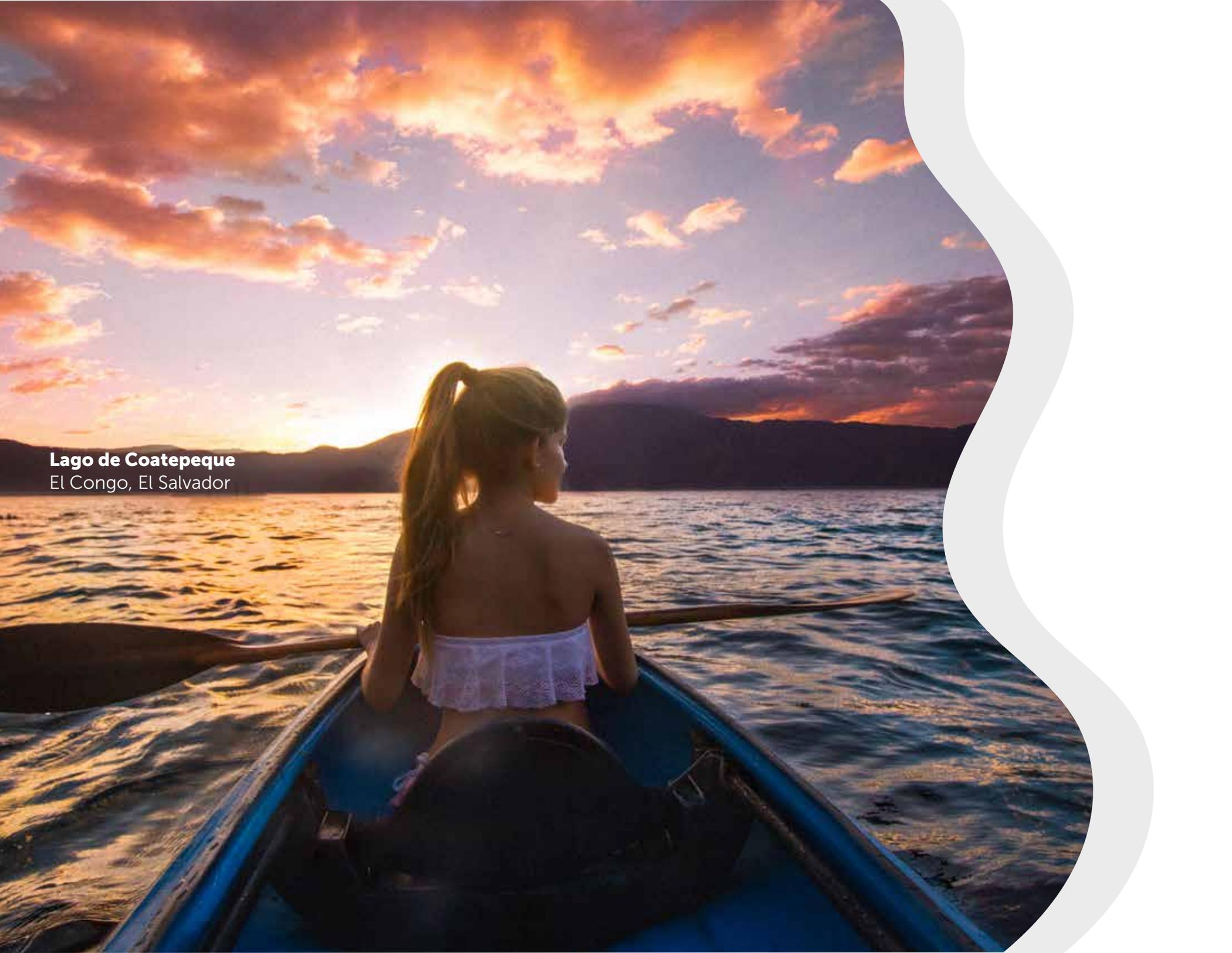
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Incrementadas las alianzas estratégicas y colaborativas en pos del turismo con actores internacionales importantes	Número de tour operadores y mayoristas internacionales atendidos en viajes de familiarización al año	96	206
Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos fortalecida	Número de ferias y congresos en el exterior en los que participa El Salvador para promocionar el turismo al año	24	78
	Índice de Apertura Internacional del TTCR (International Openness)	4.6	4.8

Resultado Final: Gestión migratoria del turismo receptivo y desplazamientos internos optimizados

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Intensificadas las acciones para facilitación de pasos migratorios vía aérea y terrestre para visitantes	Nivel de satisfacción del turista respecto a gestiones aduaneras	N/D	8.2
Procesos migratorios optimizados	Tiempos promedio de procesos migratorios en temporada alta	N/D	Reducir un 18%

Resultado Final: Desarrollado un marketing efectivo e innovador

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Fortalecido el posicionamiento de los destinos turísticos especializados	Porcentaje de turistas atraídos a un destino por sus características únicas	N/D	Superior al 65%
	Porcentaje de turistas con expectativas satisfechas o rebasadas	N/D	80% con sus expectativas satisfechas, y el 5% satisfacción por encima de sus expectativas

A woman with long blonde hair in a ponytail, wearing a white lace-trimmed tube top, sits in the back of a blue boat. She is looking out over a large body of water towards a sunset. The sky is filled with dramatic, colorful clouds in shades of orange, red, and purple. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the water. In the distance, dark mountains are visible against the bright sky. The boat is a simple wooden or plastic rowing boat, and two oars are visible. The overall mood is peaceful and scenic.

Lago de Coatepeque
El Congo, El Salvador

EJE 4

Institucionalidad del sector

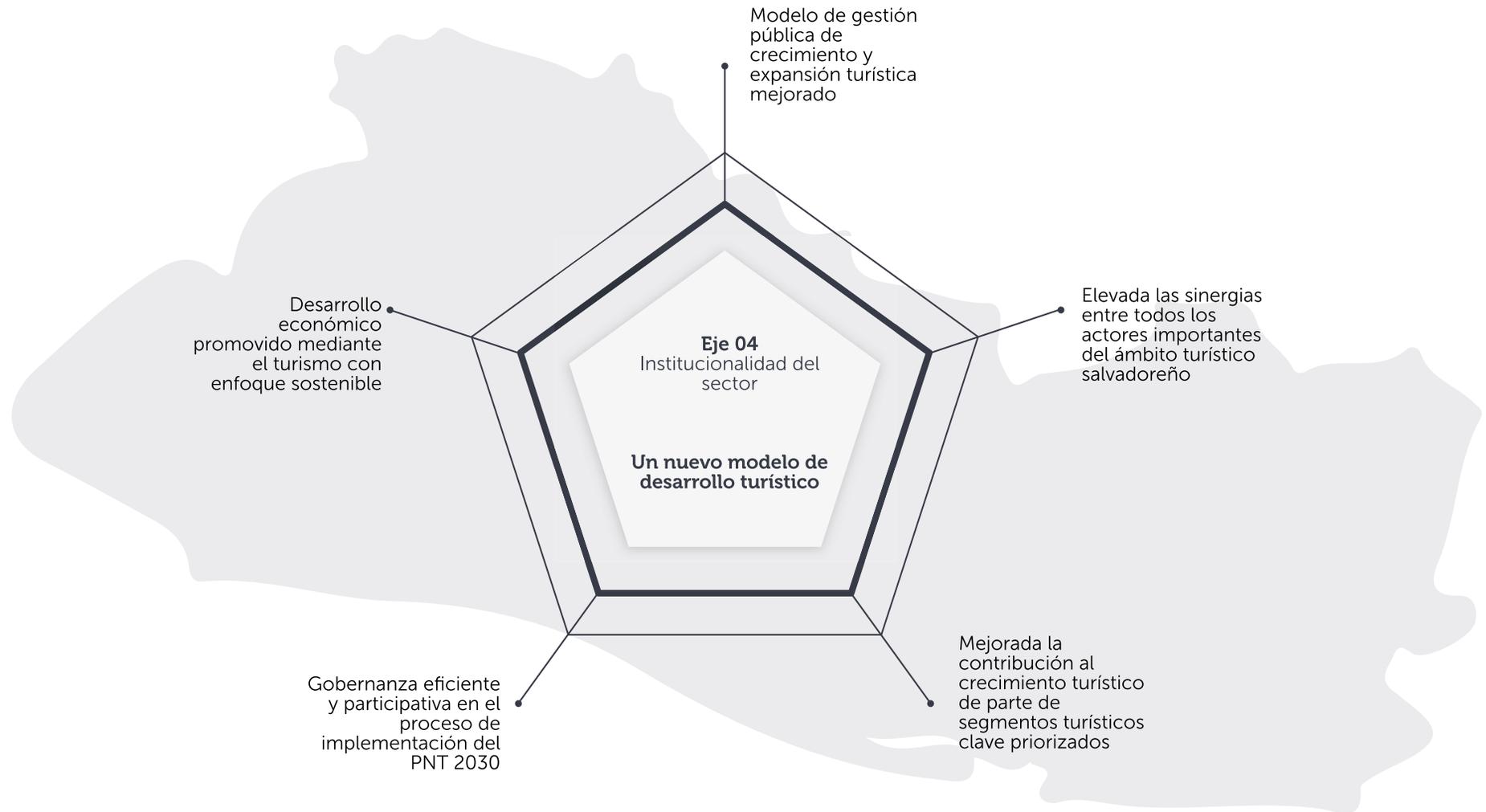


Imagen 6
Institucionalidad del sector

Fuente: Elaboración propia

Eje 4 - Institucionalidad del sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultado Final: Modelo de gestión pública de crecimiento y expansión turística mejorado			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Elevados los beneficios de contar con un marco normativo fortalecido y alineado a las necesidades y apuestas de desarrollo turístico actual	Ingresos por turismo en proporción del presupuesto de funcionamiento de entidades públicas directamente relacionadas a potenciar el turismo	59.1	65
Incrementada la toma de decisiones con base en Inteligencia turística	Nivel de ejecución del Sistema de Benchmarking administrado por el MITUR.	No diseñado, no Implementado y no Funcional	Diseñado, Implementado y Funcional
	Sistema de inteligencia turística funcionando como soporte de la toma de decisiones	No diseñado, no Implementado y no operativo	Diseñado, Implementado y operativo
Fortalecidos los Mecanismos de Articulación y Coordinación nacional y local del sector turístico (pública y pública-privada)	Operativización de nuevos mecanismos de articulación interinstitucional para la implementación de políticas públicas vinculantes con turismo	No diseñados, no Implementados y no operativos	Diseñados, Implementados y operativos
Capacidad Institucional orientada al desarrollo del sector turístico fortalecida	Proporción de personal de MITUR dedicado a labores operativas de desarrollo en los destinos turísticos	42%	65%

Resultado Final: Elevadas las sinergias entre todos los actores importantes del ámbito turístico salvadoreño			
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Planeación estratégica y operativa de principales agentes de desarrollo turístico alineadas al PNT2030	Porcentaje de negocios turísticos que han integrado de manera directa o indirecta sus metas y objetivos en la estrategia turística del país	0%	100%
	Porcentaje de municipalidades con planes estratégicos que incorporen aspiraciones estratégicas del PNT2030	0%	75%

Resultado Final: Mejorada la contribución al crecimiento turístico de parte de segmentos turísticos clave priorizados

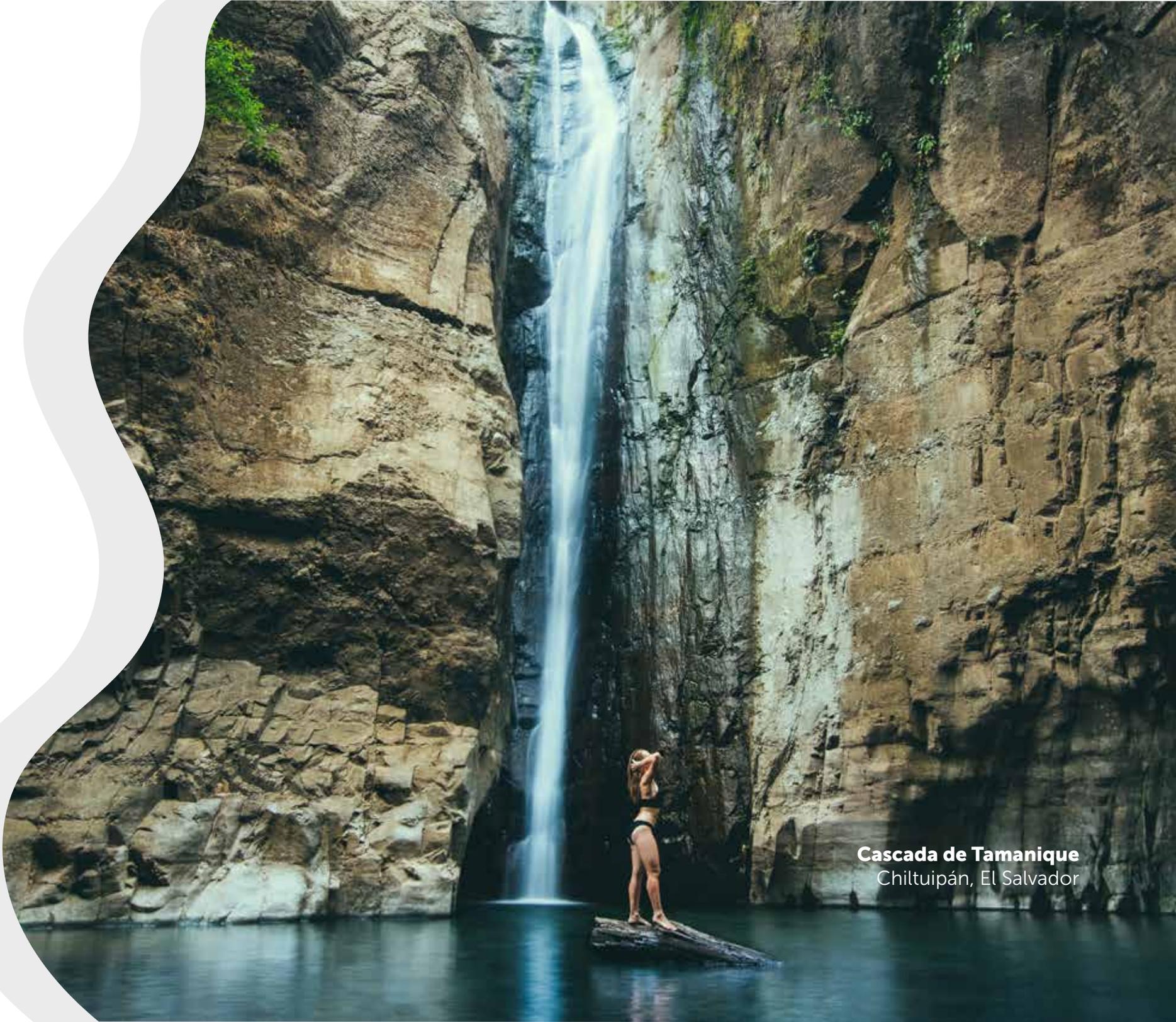
Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Incrementado el potenciamiento del turismo médico y su conexión con otros destinos especializados	Ingresos por turistas en turismo médico	\$18.25 millones (2019)	US\$409 millones
	Número de turistas del segmento turismo médico	24,255	66,033
Incrementado el potenciamiento del turismo MICE y su conexión con otros destinos especializados	Ingresos por turistas en turismo MICE	N/D	US\$ 337.5 millones
	Número de turistas de segmento de turismo MICE	N/D	250,000
Incrementado el potenciamiento del turismo de Surf y su conexión con otros destinos especializados	Ingresos por turistas en turismo de Surf	N/D	US\$ 568,8 millones
	Número de turistas de segmento de turismo Surf	N/D	598,500

Resultado Final: Gobernanza eficiente y participativa en el proceso de implementación del PNT 2030

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Ampliada la transparencia, la participación y el acceso a datos disponibles sobre el turismo en El Salvador	Porcentaje de Acciones Estratégicas priorizadas ejecutadas del PNT 2030	0%	100%
	Porcentaje de metas priorizadas del PNT 2030 que se han cumplido	0%	100%
	Calificación en publicación oficioso MITUR	3.29	10.00
	Calificación de la Gestión Documental y Archivos MITUR	5.50	10.00
Academia participando en acciones en pro del desarrollo turístico	Porcentaje de investigaciones (a través de trabajos de grado) del ámbito de turismo promovidas por IES	N/D	7.5%
	Porcentaje de IES colaborando en acciones en pro del desarrollo turístico del país	N/D	100%

Resultado Final: Desarrollo económico promovido mediante el turismo con enfoque sostenible

Resultado Intermedio	Indicador	Línea base	Meta 2030
Propiciados beneficios financieros para empresas locales	Gasto promedio por visitante	\$946	US\$1,117.66 (18% más)
	Relación Turismo PIB	6.3%	9.0%
Turismo Justo y Solidario promovido	Empleos en las actividades características del turismo	55,086	73,342 (33% más)
	Porcentaje de residentes que han cambiado la ocupación tradicional, por actividades relacionadas al turismo que manifiestan mejoría con este cambio	N/D	100%
	Satisfacción de los residentes en los destinos turísticos sobre aspectos clave del turismo justo y solidario (igualdad de condiciones hombres y mujeres para acceder a trabajos, explotación infantil, comportamiento del turista, condiciones de remuneración, entre otros)	N/D	Nivel global de satisfacción: 8, 80% de los destinos con nota arriba de 7



Cascada de Tamanique
Chiltuipán, El Salvador



Plaza Morazán
San Salvador, El Salvador





Playa El Zonte
Chiltiupán, El Salvador

08

PLAN DE
IMPLEMENTACIÓN
Y SISTEMA DE
MONITOREO Y
SEGUIMIENTO

La implementación del Plan Nacional de Turismo 2030 demanda de un conjunto de pasos metodológicos, sistemáticos y por sobre todo funcionales y coherentes con la realidad del país. Un plan nacional tan audaz y ambicioso como el diseñado plantea una importante serie de retos. El Plan de implementación se vuelve una herramienta que propicia la identificación de los caminos más viables a seguir, sin embargo, como en cualquier otra circunstancia similar, un tipo de plan nacional de esta envergadura sólo puede ser efectivamente implementado con un activo involucramiento de todos los sectores, cuya participación ha sido demandada de forma explícita e implícita en las Acciones Estratégicas contenidas en este.

El enfoque de planificación de la implementación partirá del hecho que se ha identificado un estado deseado del país, el cual se refleja en una serie de Resultados Finales que se aspiran lograr, a estos se prevé llegar a través del logro de una serie de Resultados Intermedios los cuales serán una realidad si se implementan un grupo importante de Acciones Estratégicas contenidas en 4 ejes.

El Sistema de Monitoreo y Seguimiento es un componente, inicialmente, direccionado hacia las actividades de implementación del PNT 2030 y luego hacia los resultados aspirados de la implementación de las Acciones Estratégicas específicas contenidas en el mismo. Esto le da sentido y por tanto orientación. Esto obliga a comprender el monitoreo y seguimiento como una dinámica que se ejercerá en 2 dimensiones: **1) Sobre la implementación de las Acciones Estratégicas Y 2) Sobre los resultados de las Acciones Estratégicas después de implementadas.**

El Sistema de Monitoreo y Seguimiento diseñado, buscará en un primer momento, medir "estados", a través del seguimiento de los indicadores definidos, lo cual alimentará al proceso de seguimiento, el cual se realizará a partir de dos grandes enfoques: la comparativa, analizar en función de la línea base; y la participativa, analítica y reflexiva en función de los esfuerzos/recursos disponibles, todo en base al contexto alrededor del resultado analizado.

8.1

OBJETIVOS DEL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y EL SISTEMA DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO

Objetivo General

Contribuir a la exitosa ejecución de las acciones estratégicas establecidas en el Plan Nacional de Turismo 2030.



Jiquilisco
Usulután, El Salvador

Objetivos Específicos

- Establecer un método de identificación de las tareas necesarias que ponga en claridad la relación entre acciones a realizar y responsabilidades de gestión.
- Identificar los principales riesgos inherentes al proceso de implementación del plan con el fin de establecer las recomendaciones pertinentes.
- Propiciar el diseño de un Sistema de Monitoreo y Seguimiento eficaz y coherente con las apuestas estratégicas contenidas en el PNT 2030.
- Orientar sobre la configuración de los aspectos organizacionales y funcionales requeridos para la implementación del plan.
- Viabilizar el establecimiento de puntos de control sobre el uso de los recursos y la participación de actores críticos en base a los resultados encontrados.
- Evaluar el estado de avance de las acciones estratégicas que conducen al logro de los resultados planificados.
- Reorientar, ajustar y/o redefinir aquellos elementos del plan de acuerdo con los resultados encontrados y a los análisis derivados de estos.



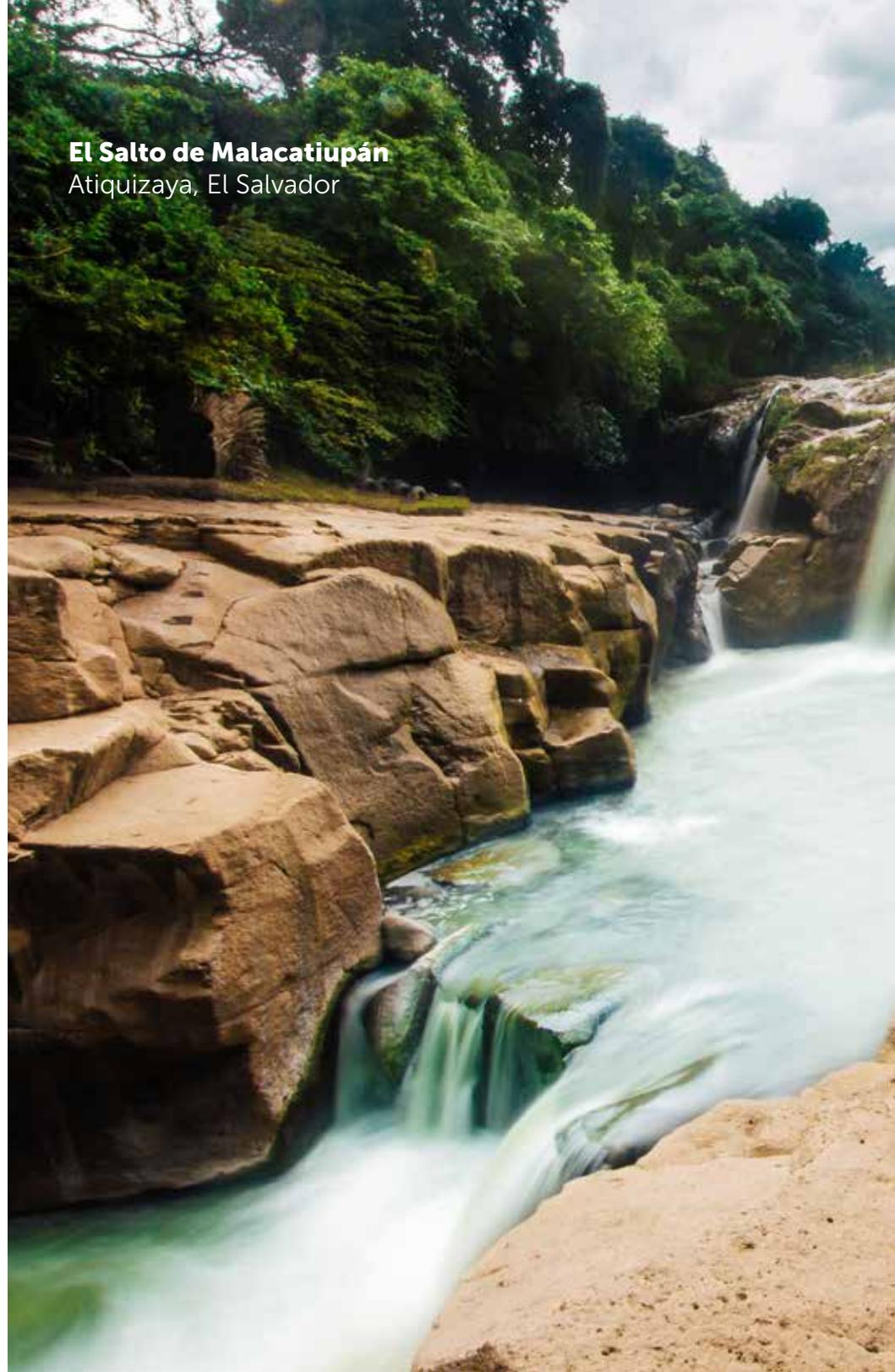
8.2

INDICADORES Y METAS

Se establecieron cuáles son los indicadores que mejor reflejen el avance en el logro de los Resultados Finales e Intermedios que se aspiran lograr a través del PNT 2030. Se reconoce la importancia de establecer indicadores que no sólo midan el cambio en un estado, a partir de una línea base, sino que permitan comprender qué tipo de esfuerzos se están realizando desde diversos ámbitos y sectores para contribuir a los Resultados Finales previstos, los cuales se reflejan en las metas aspiradas para el final del 2030.

El conjunto de indicadores y metas establecidas serán gestionadas a través de Tableros de Control Base, los cuales son matrices de trabajo con la información requerida para hacer un efectivo monitoreo y seguimiento. Este es un esquema de trabajo que usualmente es utilizado en el marco de la metodología del Cuadro de Mando Integral para labores similares a la requerida. Esto sin duda alguna robustece la posibilidad de lograr resultados óptimos en el proceso de implementación.

El Salto de Malacatiupán
Atiquizaya, El Salvador



8.3

DESARROLLO DE LA IMPLEMENTACIÓN Y EL MONITOREO Y SEGUIMIENTO

Las principales acciones que se realizarán como parte del proceso de implementación, monitoreo y seguimiento al PNT 2030 son:

- I. PLANIFICACIÓN GENERAL PRELIMINAR A TRAVÉS DEL DESGLOSE DEL TRABAJO
- II. IDENTIFICACIÓN PRELIMINAR DE ROLES EN LA IMPLEMENTACIÓN.
- III. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES RIESGOS EN LA IMPLEMENTACIÓN Y SU FORMA DE SER GESTIONADOS
- IV. PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA Y SISTEMATIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN
- V. MONITOREO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PNT 2030
- VI. SEGUIMIENTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PNT 2030

Asimismo, en el marco del plan de implementación y fundamentado en los principales elementos de este: objetivos, metodología de implementación y monitoreo, medios operativos de gestión y control recomendados, aspectos organizacionales-funcionales; se cuenta con un PLAN DE ACCIÓN en donde se describen algunos aspectos complementarios importantes.

Para la elaboración del Plan de Acción, se realizó una evaluación basada en 4 criterios, que permitió clasificar a las Acciones Estratégicas de acuerdo al período en que estas pudiesen y debiesen ser implementadas. La metodología seguida, partió de la importancia de evaluar parámetros cualitativos a través de medios cuantitativos ponderados.

Es importante destacar que las condiciones inusuales que se viven a nivel socio económico global en el 2020, repercutirán fuertemente en los recursos disponibles y asequibles del país, así como en el contexto social y de mercado nacional y mundial en el corto plazo. Los límites establecidos en los horizontes temporales, se convierten en tiempos máximos a los cuales la Acción Estratégica debiera ser implementada, lo cual implica que ser implementada antes de dicho plazo puede ser posible, y de hecho deseable para potenciar los efectos esperados de dicha acción en los resultados intermedios y finales

aspirados. Esto obviamente estará condicionado por los recursos en general que logren gestionarse para tal fin.

Los plazos de implementación, en el horizonte temporal de 10 años que el PNT 2030 contempla son los siguientes:

IMPLEMENTACIÓN
Inmediato - antes de un año
Corto plazo (antes de 3 años)
Mediano plazo (antes de 5 años)
Largo plazo (antes 8 años)

Se presentan a continuación, por cada Eje Estratégico y por cada Acción Estratégica el horizonte temporal específico proyectado para su implementación, así como las principales entidades que se han identificado que serán importantes por su implicación en su implementación.

Al respecto de las tablas que pueden verse a continuación, se señalan los siguientes aspectos a tomar en cuenta:

- Al señalar a MITUR presupone la implicación de CORSATUR en coordinación directa con este y/o los Centros de Amigo del Turista (CAT) si es requerido.

- La sigla AET significa Agentes Económicos Turísticos (micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, emprendedores, ONGs, gremiales, asociaciones, fundaciones y otros similares o con intereses convergentes con el desarrollo turístico nacional).

- En algunos casos, no obstante se ha identificado con algún nivel de especificidad a una entidad que probablemente deba ejercer un rol importante en la implementación de una Acción Estratégica, se ha preferido incluir dentro de las entidades implicadas a la entidad de mayor envergadura a la que la primera pertenece (Ejemplo: MINEC por la Dirección de Innovación y Calidad) dado que se consideró que el pormenorizar la identificación muy exhaustiva de algunas entidades no contribuía a los fines de este apartado, en particular porque esto dependerá en gran parte de las gestiones que el MITUR llegue a concretar al respecto.

- En algunos casos, se ha señalado a una entidad nacional de mayor envergadura a ejercer un rol mayor, sin embargo, probablemente en la implementación de la Acción Estratégica otra entidad de menor envergadura pueda tener un rol importante, incluso pudiendo ser que esta última entidad tenga implicaciones mayores que la entidad a la que responde.

8.4

PLAN DE ACCIÓN



Parque Los Chorros
Lourdes, La Libertad

Eje 1 - Horizonte de implementación proyectado y entidades implicadas en la implementación por Acción Estratégica

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)							
Resultado Finales	Resultado Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Patrimonio socio-cultural y natural nacional preservado y protegido y siendo un pilar importante del turismo	Patrimonio nacional (cultural, natural y humano) conservado y protegido	1	Actualizar y/o diseñar, e implementar instrumentos prioritarios identificados de cara a las metas del PNT 2030, como políticas, marcos normativos y mecanismos adecuados para garantizar la preservación del patrimonio socio-cultural y natural.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINGOB Y DT, MINCULTURA	GABINETE DE ENERGÍA
		2	Mejorar la gestión turística de los principales sitios socio-culturales y naturales, definiendo, entre otras cosas, los parámetros que permitan identificarlos en atención a su prioridad para el país.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		3	Diseñar e implementar planes de contrarresto de daños por actividades colaterales intrusivas en destinos turísticos, amparados en la legislación vigente o en la que se desarrolle con fines coincidentes a dichos planes.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MOPYT	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MOPYT, MARN	GABINETE DE TURISMO
		4	Actualizar y/o diseñar junto con el MINCULTURA un modelo de gestión permanente del patrimonio cultural de atractivo turístico, partiendo de la actualización del inventario de patrimonio cultural, evaluación de su estado y costos de restauración, y recuperación del mismo para fines turísticos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultado Finales	Resultado Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Patrimonio socio-cultural y natural nacional preservado y protegido y siendo un pilar importante del turismo	Patrimonio nacional (cultural, natural y humano) conservado y protegido	5	Diseño, organización y gestión de la implementación de Museos Comunitarios, orientados al involucramiento de las comunidades locales para el desarrollo de su papel de conservación y mejora de la cultura, en la cual, entre otras cosas, la comunidad local deberá participar en las actividades del museo, a través de la gestión de atracciones "interactivas" como centros de visitantes, talleres e itinerarios temáticos.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, CONAMYPE	GABINETE DE TURISMO
		6	Diseñar, conjuntamente con el MINED, el MARN y el MINCULTURA un Programa Integral de Educación sobre los recursos socio-culturales y naturales, sus características e importancia para el país, el cual se transversalice a través de la educación formal en todos sus niveles y de la educación no formal.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEDUCYT	CONED, MARN, MINCULTURA, CONSEJO NACIONAL DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
		7	Desarrollar un Sistema de Investigación, Documentación y Publicación de la cultura intangible nacional y socializar sus resultados a través de los medios idóneos identificados, tanto a nivel nacional como internacional	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MOPYT, MARN	GABINETE DE TURISMO
	Orgullo nacional, conciencia cultural y educación ambiental de los ciudadanos fortalecida	8	Gestionar y desarrollar en coordinación con el INJUVE y el MINCULTURA un programa para el involucramiento de los jóvenes en la gestión de bienes culturales (tangibles e intangibles), con miras a su permanencia en el tiempo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MARN, INJUVE, AET, IES, MINCULTURA, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Patrimonio socio-cultural y natural nacional preservado y protegido y siendo un pilar importante del turismo	Políticas turísticas por áreas geográficas y tipología de asentamiento, debidamente articuladas	9	Gestionar a nivel de gobiernos locales la implementación de las políticas relacionadas con el sector turístico con énfasis en la protección del patrimonio socio-cultural y natural de los destinos turísticos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINGOB Y DT, MINCULTURA, MARN, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		10	Coordinar con el MINCULTURA y las municipalidades el diseño e implementación de campañas de divulgación de las políticas de protección del patrimonio socio-cultural y natural a nivel de la población y comunidades.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINGOB Y DT, MINCULTURA, MARN, COMURES	GABINETE DE TURISMO
	Valorizado el Patrimonio Cultural y nacional del país	11	Coordinar con el MINCULTURA la creación de escenas culturales vibrantes a través de dinámicas artísticas por medio de programas de participación pública para tener un diálogo interactivo entre El Salvador y las culturas de los mercados priorizados	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, IES, AET, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
		12	Establecer alianzas con universidades de países fuera de la región centroamericana para la organización y realización de estudios sobre los recursos naturales y culturales del país, para su difusión a nivel nacional e internacional.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, IES, AET, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
		13	Desarrollar convenios de cooperación con el MARN y el MINCULTURA para implementar políticas de gestión de uso de áreas de conservación y para promover la innovación, creatividad, y calificación de productos y servicios turísticos culturales en el país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MARN, MINCULTURA, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Protegida la biodiversidad durante el proceso de desarrollo turístico	Espacio turístico terrestre, costero y marino planificado y gestionado de forma sostenible	14	Diseñar, gestionar la aprobación y operativizar marcos normativos de protección de la ola y su entorno.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MARN, MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, INDES, FESASURF	GABINETE DE TURISMO
		15	Diseñar, integrando a todas las instituciones pertinentes, un proceso de ordenamiento espacial para el uso apropiado de los parques nacionales y áreas naturales protegidas partiendo de la estimación de su capacidad de carga.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MOPYT	MARN, MITUR, AET, MINGOB Y DT, PNC, MOPYT, FESASURF	GABINETE DE TURISMO
		16	Propiciar el énfasis en la importancia del ordenamiento territorial como factor clave del desarrollo urbanístico en los destinos turísticos prioritarios de mayor afluencia de visitantes, coordinando con las instituciones pertinentes el diseño, promulgación y/o adopción de las medidas y normativas afines.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MOPYT	MOPYT, MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET. MINDEL, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		17	Diseñar en coordinación con MARN, MOP y municipalidades un plan de monitoreo del cumplimiento de las normativas existentes con respecto a la zonificación ambiental en los destinos turísticos, tanto en la infraestructura existente como en los nuevos desarrollos turísticos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MOPYT, MARN, MINGOB Y DT, MINDEL, AET, PNC, MITUR, COMURES	GABINETE DE TURISMO
	Manejo sostenible del turismo en áreas naturales gestionado y promovido	18	Acompañar los procesos de la implementación de las políticas existentes en el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales, en coordinación con las instituciones gubernamentales pertinentes y las municipalidades, promoviendo las modalidades incluidas en el turismo rural.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, AET, MINGOB Y DT, MARN	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Protegida la biodiversidad durante el proceso de desarrollo turístico	Manejo sostenible del turismo en áreas naturales gestionado y promovido	19	Impulsar, estimular y brindar reconocimientos al diseño óptimo y desarrollo de proyectos turísticos amigables con la biodiversidad en áreas naturales protegidas.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MARN	MITUR, AET, MOPYT, MARN, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		20	Fomentar el uso de espacios bien planificados en las áreas naturales, con diseños arquitectónicos orientados a la interpretación y educación ambiental, atención de visitantes e inclusión de las comunidades locales.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MOPYT	MARN, MINDEL, AET, MV, MOPYT	GABINETE DE TURISMO
		21	Promover un Programa de Certificación de Desarrollo Turístico Sostenible, que incluya jornadas informativas y de preparación sobre el mismo, y que permita a las empresas u organizaciones diversas, acceder a incentivos y beneficios al ser certificadas.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MARN, AET, IES, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
Paisajes rurales y urbanos de alta calidad manejados y protegidos como recurso turístico	Instituciones de gobierno y Municipalidades contribuyendo al mantenimiento de los paisajes naturales a nivel urbano y rural	22	Operativizar mecanismos de coordinación sistemática para el diseño e implementación de ordenanzas municipales para el control de nuevos desarrollos urbanísticos que afecten los paisajes existentes.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	MARN, MOPYT, MINGOB Y DT, AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, MINDEL, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		23	Coordinar esfuerzos con diversas entidades en el territorio nacional que permitan mejorar significativamente los espacios públicos abiertos en las áreas urbanas existentes o la generación de nuevos espacios, acordes al contexto territorio específico en donde esto sea posible.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINDEL	MOPYT, MINGOB Y DT, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Paisajes rurales y urbanos de alta calidad manejados y protegidos como recurso turístico	Pobladores y comunidades involucrados en la protección de sus recursos turísticos	24	Establecer comités municipales de gestión social del turismo con la participación de las comunidades y pobladores, para velar por la protección de los recursos turísticos y por la mitigación del impacto por el uso de estructura intrusiva en centros históricos de los destinos priorizados.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	MINDEL, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINCULTURA, MINGOB Y DT, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		25	Establecer campañas permanentes, con la cooperación de el MITUR y la CORSATUR en apoyo a las municipalidades, para el diseño, elaboración y mantenimiento de fachadas en casas y edificios históricos alusivas a sus patrimonios naturales y culturales.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MITUR, COMURES	GABINETE DE TURISMO
Pureza ambiental promovida y adoptada	Incrementadas las modalidades de consumo y producción sostenible en la actividad turística privada	26	Gestionar y ejecutar en coordinación con el MARN un plan de producción más limpia para los establecimientos turísticos de los destinos priorizados con incidencia en la economía, calidad y salud de los empresarios y colaboradores.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MARN	MITUR, MINEC, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINSAL	GABINETE DE TURISMO
		27	Diseñar e implementar en modalidad semipresencial, conjuntamente con las municipalidades la formación sobre buenas prácticas amigables con el ambiente para minimizar la contaminación de los recursos naturales y la generación de basura por las empresas turísticas, así como la implementación dichas prácticas.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MINEDUCYT, MITUR, AET, IES, MINDEL, MINSAL, MARN	GABINETE DE TURISMO
		28	Diseñar e implementar, preferentemente en modalidad semipresencial, un Programa de Reducción, Reutilización y Reciclaje en los establecimientos turísticos, el cual incluya el desarrollo de eventos de formación, sensibilización y evaluación de resultados, así como incentivos y beneficios a quienes se acojan al mismo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MINEDUCYT, MITUR, AET, IES, MINDEL, MARN	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Pureza ambiental promovida y adoptada	Incrementadas las modalidades de consumo y producción sostenible en la actividad turística privada	29	Diseñar e implementar, preferentemente en modalidad semipresencial, un Programa de Reducción de uso de productos químicos en los establecimientos turísticos, el cual incluya el desarrollo de eventos de formación, sensibilización y evaluación de resultados, así como incentivos y beneficios a quienes se acojan al mismo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MINEDUCYT, MITUR, AET, IES, MINDEL, MARN	GABINETE DE TURISMO
		30	Coordinar con el MARN, el MINSAL y las municipalidades el cumplimiento de la normativa y reglamentaciones vigentes para el tratamiento de los vertidos líquidos y sólidos provenientes de los establecimientos turísticos	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MINSAL, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, MARN	GABINETE DE TURISMO
	Promovidas las acciones de mejora en el uso racional de los recursos naturales por parte de la población de los destinos turísticos	31	Coordinar con la ANDA, las municipalidades y los Comités de Desarrollo Turístico de los destinos priorizados, la gestión e implementación de un plan de uso racional de los recursos básicos para la población, como agua y energía.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	ANDA	CNE, MITUR, MINDEL, GOBIERNOS MUNICIPALES, IES, AET, ANDA	GABINETE DE TURISMO
		32	Coordinar con las municipalidades y los CDT de los destinos priorizados la gestión e implementación de un plan de reducción de contaminantes originados en los hogares en las zonas turísticas identificadas con mayores problemas al respecto.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MARN	MITUR, MINDEL, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINSAL, IES, MARN	GABINETE DE TURISMO

Eje 1: Preservar el Patrimonio Socio-Cultural y Natural Nacional (Nosotros para Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Procesos ecológicos esenciales, diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida respetados durante los procesos de crecimiento de la actividad turística	Minimizado el impacto ambiental y social por actividades turísticas	33	Promover en coordinación con el MARN y municipalidades, las áreas naturales contiguo a playas con visitación turística masiva, como destino con potencial de ecoturismo comunitario sostenible, y desarrollar competitivamente la oferta turística para facilitar que las comunidades diversifiquen sus medios de vida y reducir la presión sobre los recursos turísticos.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MINDEL, MINGOB Y DT, GOBIERNOS MUNICIPALES, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, IES, AET, MARN	GABINETE DE TURISMO
		34	Establecer un Programa Sistemático e Integral de Gestión de la capacidad de carga turística, que permita analizar oportunamente casos críticos, tomar decisiones y reducir las presiones con base en estudios técnicos-científicos.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINDEL, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MARN, MINGOB Y DT, MITUR, ISTU	GABINETE DE TURISMO
		35	Coordinar con los CDTs, gremiales locales de empresarios y municipalidades la adopción e implementación del código de conducta de turismo (OMT) en los destinos turísticos, logrando la participación y compromiso de los involucrados para desestimular y sancionar la explotación sexual	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MARN	AET, MINGOB Y DT, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, IES, ISTU	GABINETE DE TURISMO
		36	Fomentar, en coordinación con las instituciones públicas y privadas pertinentes, el uso de energías renovables no convencionales en los establecimientos turísticos, tales como solar, eólica e hidráulica.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	CNE	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINDEL, CNE, ISTU	GABINETE DE TURISMO
		37	Fomentar el uso de transporte turístico sostenible en los destinos turísticos, como una opción viable y atractiva para los visitantes.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MOPYT	MITUR, MARN, MINGOB Y DT, MOPYT	GABINETE DE TURISMO

Eje 2 - Horizonte de implementación proyectado y entidades implicadas en la implementación por Acción Estratégica

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)							
Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Sensibilización turística hacia los visitantes incrementada	Visitantes sensibilizados en cuanto al Patrimonio nacional (cultural, natural y humano)	38	Estimular e incentivar el diseño y desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles para sensibilizar y promocionar a los visitantes sobre el Patrimonio Nacional, con opciones de rutas y protección del mismo.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MITUR, MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, SECRETARIA DE INNOVACIÓN	GABINETE DE TURISMO
		39	Diseñar y desarrollar, conjuntamente con el MINCULTURA campañas publicitarias innovadoras sobre el Patrimonio Nacional, vía redes sociales y medios web, orientada a visitantes internacionales.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, SECRETARIA DE INNOVACIÓN, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		40	Diseñar e implementar un Programa Educativo y de Sensibilización al funcionariado público sobre el Patrimonio Nacional, su importancia estratégica a nivel social, económico y ambiental.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MINCULTURA	MINEDUCYT, MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MITUR	GABINETE DE TURISMO
	Centros históricos fortalecidos, ordenados e impulsados para la inversión en ellos y recepción de turistas	41	Diseñar e implementar un Plan de Mejora de los Centros Históricos prioritarios para estimular su atractivo ante los visitantes y/o potenciales visitantes del país.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINCULTURA, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		42	Propiciar a través de incentivos, el desarrollo de medios tecnológicos de soporte a las visitas a los Centro Históricos, que incluyan audioguías que ilustren sobre aspectos básicos de interés sobre estos, mapas georeferenciados en aplicativos, funcionalidades a través de realidad aumentada, entre otros.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MITUR, SECRETARIA DE INNOVACIÓN	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Sensibilización turística hacia los visitantes incrementada	Centros históricos fortalecidos, ordenados e impulsados para la inversión en ellos y recepción de turistas	43	Diseñar e implementar a nivel nacional e internacional, campañas publicitarias sobre los centros históricos, sus atractivos y elementos turísticos de soporte en los mismos.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, GOBIERNOS MUNICIPALES, SECRETARIA DE INNOVACIÓN, AET, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MITUR	GABINETE DE TURISMO
Identidades culturales salvadoreñas fortalecidas	Investigaciones sobre las tradiciones y gastronomía salvadoreña realizadas y difundidas con enfoque de turismo sostenible	44	Diseñar un catálogo de tradiciones a nivel de destinos turísticos especializados y operativizar su difusión a través de los medios más idóneos de cara a los segmentos metas definidos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, SECRETARIA DE INNOVACIÓN, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
		45	Diseñar un catálogo gastronómico a nivel de destinos turísticos especializados y operativizar su difusión a través de los medios más idóneos de cara a los segmentos metas definidos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, SECRETARIA DE INNOVACIÓN, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
		46	Diseño e implementación de un premio nacional de investigación de tradiciones y gastronomía, el cual estimule a investigadores de centros de estudios, así como particulares a desarrollar investigaciones científicas y/o aplicadas en este ámbito.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, MINEDUCYT, AET, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
	Proyectos culturales diseñados, puestos en marcha y difundidos mediáticamente	47	Coordinar con el MINCULTURA el diseño y realización de un Foro Nacional para el Desarrollo del Turismo Cultural de El Salvador.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, AET, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO
		48	Diseñar e Implementar un innovador Plan para el Desarrollo del Turismo Cultural de El Salvador, que involucre a todos los sectores prioritarios y con intereses en este tipo de turismo.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la inversión extranjera en el ámbito turístico	49	Diseñar e implementar un esquema de incentivos fiscales para el fomento de la inversión, dentro de ellos un Programa de Recuperación Anticipada del IVA, Reducción de pago de impuesto de la Renta, exención de pago por determinados tipos de trámites en el país, entre otros.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MARN, MINCULTURA, MH, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		50	Diseñar e implementar un plan de priorización de proyectos de infraestructuras que faciliten el acceso y/o la conectividad de los destinos especializados, con el fin de orientar las prioridades de inversión.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, MH, MOPYT, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		51	Diseñar y operativizar un Plan de Acción de Gestión de Fondos asequibles para el desarrollo de proyectos amigables con el medio ambiente, lo cual implica la definición de una carpeta amplia de proyectos que apliquen a las condiciones establecidas por los proveedores de dichos fondos.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MARN	MITUR, MINCULTURA, MH, SECRETARIA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MARN, PROESA, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		52	Diseñar una política para atracción de inversión extranjera directa con énfasis en investigación y desarrollo e innovación (IED en I+D) con miras a mercados de turismo especializados que permita mejorar la competitividad por medio de la tecnología.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, SECRETARIA DE INNOVACIÓN, MIREX, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, PROESA	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la Inversión nacional pública y privada en el ámbito turístico	53	Creación de un Fondo de Desarrollo Turístico, proveniente de recursos nacionales que le sean asignados y específicamente destinados de fondos de cooperación internacional, legados, subsidios, créditos, donaciones y aportes que por las leyes especiales se destinen para el fomento, promoción y apoyo de la infraestructura, el equipamiento y los servicios turísticos	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MH	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MIREX, MH, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		54	Revisar, readecuar, rediseñar y operativizar líneas de crédito especiales para atender a emprendedores, micro y pequeñas empresas, con fondos destinados para este fin y por medio de alianzas con los Bancos de Desarrollo del país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	CONAMYPE, MITUR, AET, MH, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		55	Diseñar e implementar un esquema de priorización de la inversión en infraestructura y servicios básicos que atienda a aquellos requerimientos críticos para el desarrollo turístico del país en consonancia con las necesidades de desarrollo de los territorios.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, MH, MINDEL, MOPYT, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, ANDA	GABINETE DE TURISMO
		56	Diseñar e implementar un sistema de monitoreo que identifique nuevos productos turísticos y/o mantenimiento de existentes, que por sus características sean merecedores de facilidades de financiamiento y/o de contacto con potenciales inversionistas interesados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	CONAMYPE, MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, PROESA	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la Inversión nacional pública y privada en el ámbito turístico	57	Diseñar e implementar un programa nacional de incentivos para aquellos que desarrollan productos turísticos innovadores, mediante acceso a financiamiento a condiciones bonancibles y reconocimiento a su labor.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	CONAMYPE, MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		58	Coordinar con el INJUVE y el ISDEMU el diseño e implementación de un plan para la incorporación de jóvenes y mujeres en la gestión y financiamiento de proyectos innovadores del sector turismo con el objetivo que puedan ser declarados Proyectos de Interés Turístico Nacional y gozar de los incentivos fiscales que la Ley de Turismo les otorga.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	CONAMYPE, INJUVE, ISDEMU, MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, MINDEL, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
	Incrementado el Recurso Humano cualificado para el desarrollo turístico	59	Implementar un Programa de Certificación de competencias empíricas en el área de turismo, a partir del cual se certifique, en principio a las personas de ámbitos gastronómicos y guías turísticos que no cuenten con una certificación educativa oficial.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, MINEC, GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
		60	Implementar un Sistema de Gestión de Becas para el estudio del idioma inglés, y otros idiomas identificados como prioritarios para el potenciamiento del turismo, tanto para el recurso humano que labora en el área de turismo o como para aquellos que aspiren a hacerlo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, INJUVE, ISDEMU, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la Inversión nacional pública y privada en el ámbito turístico	61	Implementar un Programa de Formación Continua, previa identificación a través de un diagnóstico, de las necesidades de capacitación y asistencia técnica requerida por los prestadores de servicios turísticos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	CONAMYPE, MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		62	Coordinar con el INDES el desarrollo de una Escuela de formación de instructores de surf, debidamente certificados y reconocidos a nivel internacional	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	INDES	MITUR, MINEDUCYT, INDES, FESASURF	GABINETE DE TURISMO
		63	Coordinar con las Instituciones de Educación Superior que ofrecen carreras en turismo la revisión de sus planes de estudio para identificar requerimientos de actualización curricular, que respondan a las necesidades actuales y prospectadas del entorno turístico nacional e internacional.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, AET, IES, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
Elevada la competitividad de las entidades turísticas del país	Incrementado el Recurso Humano cualificado para el desarrollo turístico	64	Coordinar con las gremiales de turismo del sector privado (CASATUR, ARES, HOPES, ASH) la elaboración e implementación de estudios encaminados a la ampliación la capacidad instalada en hoteles y restaurantes, para ofrecer mejores condiciones y espacios diversos para los visitantes	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	IES, MINEC, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		65	Coordinar con los CDTs y Municipalidades la elaboración e implementación de programas de mejora de las instalaciones de uso público en los destinos turísticos, para ofrecer actividades experienciales a los visitantes	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MOPYT, AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR, MINDEL	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la Inversión nacional pública y privada en el ámbito turístico	66	Coordinar con el INDES el diseño y construcción de instalaciones deportivas en la zona costera, que contemple actividades para la interacción del visitante nacional e internacional como futbol de playa, surf, otros, así como el fortalecimiento y mejora de las ya existentes.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	INDES	CONAMYPE, MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		67	Proporcionar equipo y herramientas modernas de comunicación al personal técnico de los Centros de Amigos del Turista (CAT) para una efectiva coordinación con el sector privado y municipal en las áreas de intervención de los CATs	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MITUR, MOPYT, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, INDES, MINDEL	GABINETE DE TURISMO
		68	Diseñar e implementar un proyecto de información y señalización turística que sea moderno, innovador, tecnológicamente viable, educativo, interactivo y accesible para el visitante	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		69	Diseñar y establecer un programa de incentivos y monitoreo del cumplimiento de las normativas sobre la infraestructura necesaria para permitir el acceso a las personas con discapacidad física a los atractivos turísticos	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MOPYT	MITUR, MINDEL, GOBIERNOS MUNICIPALES, IES, AET, MOPYT	GABINETE DE TURISMO
	Mejorada la calidad de los productos y servicios brindados por los agentes turísticos públicos y privados	70	Coordinar con los prestadores de servicios de alojamiento y/o de alimentos la implementación de las buenas prácticas de manufactura e higiene de alimentos y buenas prácticas de servicios en hoteles y restaurantes en los destinos turísticos	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINEC	MITUR, AET, MINDEL, MINSAL, MINEC	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Mejorada la calidad de los productos y servicios brindados por los agentes turísticos públicos y privados	71	Diseñar e implementar un Sistema Nacional de Calidad Turística, que incluya la medición de la satisfacción de los clientes y la calidad de la experiencia vivida, que le permita al sector privado optar a certificaciones en servicios, área social y medio ambiente.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, IES, AET, MITUR, OSN	GABINETE DE TURISMO
		72	Diseñar e implementar un programa nacional de certificación para empresas del sector turismo, prestadores de servicios de alojamiento, restauración, tour operación y transporte turístico, con estándares y reconocimiento internacional, cuyos sellos sirvan como herramienta de marketing a las empresas.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, IES, AET, MITUR, OSN	GABINETE DE TURISMO
		73	Fortalecer el Sistema de Registro Nacional de Turismo, transformándolo en una herramienta amigable con el usuario mediante el diseño de aplicaciones para dispositivos móviles y medios online.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, IES, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		74	Fortalecer el procedimiento para la Declaratoria de Proyectos de Interés Turístico Nacional (PITN), en coordinación con el MARN, el MH, el MINCULTURA y otras instituciones dependiendo del tipo de proyecto a evaluar, transformándolo en un procedimiento online, más ágil y simplificado, pero guardando todos los requisitos legales, administrativos y operativos.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINCULTURA, MH, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, AET, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Mejorada la calidad de los productos y servicios brindados por los agentes turísticos públicos y privados	75	Promover con los prestadores de servicios turísticos la vivencia y desarrollo una cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gestión turística de sus empresas, orientada a mejorar condiciones de comunidades aledañas que puedan interactuar con los visitantes.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	AET, MINDEL, MINGOB Y DT, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		76	Coordinar con las instituciones pertinentes el desarrollo de una dinámica tendiente a incrementar sustancialmente la formalización de los prestadores de servicios turísticos.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINEC	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC, MH, ISSS	GABINETE DE TURISMO
	Incrementados los productos y servicios turísticos innovadores	77	Diseñar e implementar un programa para el desarrollo de productos turísticos innovadores, que comprenda la asistencia técnica especializada para atender los gustos y preferencias de los potenciales y actuales mercados internacionales, que sea vanguardista e innovador, cubriendo los tipos de alojamiento, gastronomía (instalaciones y platos), entretenimiento, entre otros	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEC	GABINETE DE TURISMO
		78	Diseñar e implementar rutas arqueológicas y socio-culturales, en coordinación con MINCULTURA, MUNA, MARTE y FUNDAR, con carácter innovador e interactivo y a la vez educativo, que permita al visitante disfrutar de una sensación y experiencia de vida	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINCULTURA	MITUR, AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINCULTURA	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementados los productos y servicios turísticos innovadores	79	Coordinar con el MAG y gremiales del sector agropecuario (agrícola, ganadería, acuícola) y caficultura, el levantamiento del inventario de fincas, granjas y estanques con fines turísticos, que puedan reconvertirse a innovadores productos de agroturismo y ecoturismo vivencial orientado al visitante internacional con altos estándares de calidad	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	MAG, AET, MARN, IES, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		80	Diseñar e implementar un programa de nuevos productos turísticos con el enfoque de "caminos turísticos", que pueden ser recorridos temáticos con base en un producto identitario, como el camino de las pupusas, de las molindas, de los telares, del barro, etc. cuya característica principal sea la transmisión de conocimientos por medio de la vivencia con la comunidad.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINCULTURA, AET, IES, MITUR, CONAMYPE, MAG	GABINETE DE TURISMO
		81	Elaborar estudios de comportamiento de la demanda turística a nivel nacional e internacional, con énfasis a los principales países emisores para El Salvador, como herramienta para conocer las preferencias del consumidor por los productos y servicios ofrecidos, que a su vez sean fuente de información del Observatorio Nacional de Turismo.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MIREX, AET, IES, MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
	Incrementada la productividad de los agentes turísticos públicos y privados	82	Promover entre los prestadores de servicios turísticos la integración del enfoque de cadenas de valor en turismo, lo que permitirá involucrar a los diversos proveedores que añaden valor a la experiencia que se le ofrece al visitante	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINEC	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINEC	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Recursos para potenciar el turismo incrementados cuantitativamente y cualitativamente	Incrementada la productividad de los agentes turísticos públicos y privados	83	Promover el uso de las TICS en turismo, como una herramienta fundamental para mejorar la competitividad en los mercados internacionales, mediante asistencias técnicas especializadas brindadas a los empresarios del sector	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	MITUR, AET, MOPYT, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	GABINETE DE TURISMO
		84	Gestionar con los prestadores de servicios turísticos, la implementación de programas de premios orientados al reconocimiento del desempeño laboral de sus colaboradores, como incentivo a la atención brindada al visitante en sus establecimientos	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
Incrementado el emprendimiento exitoso de alto impacto dentro de las actividades turísticas del país	Iniciativas turísticas emprendedoras de alto impacto con fuerte apoyo técnico y financiero	85	Diseñar e implementar un Programa de desarrollo de "Entorno emprendedor para desarrollo turístico" con incentivos y apoyos técnicos -económicos para emprendedores y PYMES, articulados a estructura e iniciativas regionales	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, CONAMYPE, MINEC	GABINETE DE TURISMO
		86	Diseñar e implementar un programa de asistencia técnica especializada en tecnología de información y comunicaciones para emprendedores clasificados como de alto impacto y con fuerte incidencia en el mercado turístico internacional	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	CONAMYPE	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, AET, MITUR, CONAMYPE	GABINETE DE TURISMO
		87	Diseñar e implementar, y/o direccionar con las instituciones pertinentes, CONAMYPE, Municipalidades, ONGS, entre otras, un plan de formación en técnicas innovadoras de promoción, comercialización y venta en el extranjero, dirigida a emprendedores turísticos de potencial alto impacto.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	CONAMYPE	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, AET, MITUR, CONAMYPE	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Incrementado el emprendimiento exitoso de alto impacto dentro de las actividades turísticas del país	Iniciativas turísticas emprendedoras de alto impacto con fuerte apoyo técnico y financiero	88	Promover la venta de productos de actividades tradicionales, como las artesanías, los productos de la cocina local, de la agricultura y pesca local, etc.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	AET	MITUR, CONAMYPE, MINEC, AET	GABINETE DE TURISMO
		89	Diseñar e implementar un fondo concursable no reembolsable para apoyar financieramente iniciativas innovadoras de emprendedores y MYPES de alto impacto	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR, CONAMYPE	GABINETE DE TURISMO
Incrementada la percepción sobre el fortalecimiento de la seguridad en el país	Aumentada la efectividad de las acciones interinstitucionales en materia de seguridad	90	Diseñar e implementar un programa de participación comunitaria por la seguridad turística en los destinos priorizados, por medio del cual se contará con herramientas de información y comunicación desde las comunidades hacia fuera de las mismas.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MJSP	PNC, MITUR, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINGOB Y DT, MJSP	GABINETE DE SEGURIDAD
		91	En coordinación con MINEDUCYT, implementar un programa de sensibilización sobre la importancia del turismo, dirigido a estudiantes (adolescentes y jóvenes) ubicados en los centros escolares de alto riesgo dentro de los destinos priorizados.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINEDUCYT	INJUVE, MINGOB Y DT, MINDEL, MITUR, MJSP, PNC, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
		92	Diseñar e implementar una plataforma virtual para información y comunicación sobre la incidencia de seguridad en turismo a nivel nacional, para lograr una red virtual de las instituciones gubernamentales y empresarios privados.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	MJSP, PNC MINGOB Y DT, MINDEL, MITUR, AET, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	GABINETE DE SEGURIDAD

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Incrementada la percepción sobre el fortalecimiento de la seguridad en el país	Mejorada la estrategia de comunicación sobre aspectos de seguridad en el país hacia la comunidad internacional	93	Diseñar e implementar, en coordinación con Ministerio de Gobernación, la POLITUR y el Ministerio de Seguridad un plan de información y comunicación sobre seguridad turística, orientado a los mercados potenciales y actuales.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINGOB Y DT, AET, MJSP, PNC, MITUR	GABINETE DE SEGURIDAD
		94	Promover en coordinación con CEPA y aerolíneas internacionales la implementación de campañas de publicidad de los destinos priorizados, en las instalaciones y aviones durante el vuelo para dar a conocer los productos y servicios turísticos destacando aspectos positivos de la seguridad turística implementados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	CEPA, AET, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		95	Organizar y realizar press trip con medios de comunicación y de prensa internacionales, tradicionales y especializados, de los mercados potenciales y actuales, enfocados en el cambio de la percepción del nivel de seguridad en el país	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MIREX, AET, MJSP, PNC, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		96	Organizar y realizar seminarios sobre seguridad turística y manejo de crisis para los medios de comunicación y prensa nacional, para concientizarlos sobre la importancia del manejo apropiado de las noticias perjudiciales para el país que tienen repercusión a nivel internacional	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MJSP	MITUR, PNC, AET, MJSP	GABINETE DE TURISMO
Adaptada la infraestructura de áreas y productos turísticos estratégicos.	Red de infraestructura para la movilidad e intermodalidad mejorada	97	Diseñar e implementar una plataforma virtual para información y comunicación sobre la incidencia de seguridad en turismo a nivel nacional, para lograr una red virtual de las instituciones gubernamentales y empresarios privados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MOPYT	MITUR, MINEC, MINGOB Y DT, AET, MOPYT	GABINETE DE TURISMO

Eje 2: Gestión de Nuestras Capacidades y Potencialidades (Nosotros para el Mundo)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Adaptada la infraestructura de áreas y productos turísticos estratégicos.	Red de infraestructura para la movilidad e intermodalidad mejorada	98	Identificar proyectos de infraestructura turística prioritaria, adaptadas a las condiciones socio-culturales y ambientales de los destinos especializados, e implementarlos conjuntamente con las instituciones pertinentes.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MOPYT	MITUR, MINEC, MINGOB Y DT, AET, MOPYT	GABINETE DE TURISMO
		99	Coordinar con el ANDA y el MINSAL la implementación de mejoras en el sistema de tratamiento de aguas residuales, de agua potable y de saneamiento en comunidades rurales de los destinos turísticos priorizados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	ANDA	MITUR, MINSAL, GOBIERNOS MUNICIPALES, ANDA	GABINETE DE TURISMO
	Infraestructura de servicios complementarios mejorada	100	Coordinar con las instituciones pertinentes el aprovisionamiento óptimo de energía eléctrica en aquellos destinos turísticos priorizados.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	GOBIERNOS MUNICIPALES	MITUR, MINGOB Y DT, MINDEL, CNE, GOBIERNOS MUNICIPALES	GABINETE DE ENERGÍA

Eje 3 - Horizonte de implementación proyectado y entidades implicadas en la implementación por Acción Estratégica

Eje 3: Gestión de la Demanda Turística (El mundo hacia Nosotros)							
Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Nuevos mercados que contribuyen al desarrollo del turismo receptivo del país	Ampliada la oportunidad de conquistar nuevos mercados turísticos	101	Planificar y realizar la prospección de nuevos mercados, considerando los mercados previamente identificados, con el objetivo de conocer el tamaño del mismo y su entorno, y así trazar una hoja de ruta para su abordaje.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MIREX, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		102	Diseñar e implementar un Plan de Marketing con orientación a nuevos mercados internacionales que incluya técnicas de marketing experiencial y emocional de tal manera de alcanzar de manera óptima a los segmentos objetivos.	INMEDIATO (ANTES DE UNA AÑO)	MITUR	MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO
	Nuevos mercados turísticos identificados y consolidados	103	Organizar y desarrollar fam trips con tour operadores internacionales identificados y seleccionados en los nuevos mercados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, MINEC, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		104	Implementar un esquema sistemático de seguimiento y monitoreo de los nuevos mercados a los que se apuesta, a través del cual se ajusten oportunamente las acciones de mercadeo pertinentes.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MIREX, MITUR	GABINETE DE TURISMO
Visibilidad y presencia positiva mejorada en los mercados nacionales e internacionales de los destinos, recursos y empresas turísticas salvadoreñas	Fortalecido el uso de la tecnología para optimizar actividades relacionadas al turismo	105	Diseñar e implementar un programa para el desarrollo de destinos turísticos inteligentes (espacio turístico innovador con infraestructura tecnológica, herramientas y acciones para la universalización del acceso a internet) priorizando los destinos especializados	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEC, AET, MITUR,	GABINETE DE TURISMO

Eje 3: Gestión de la Demanda Turística (El mundo hacia Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Visibilidad y presencia positiva mejorada en los mercados nacionales e internacionales de los destinos, recursos y empresas turísticas salvadoreñas	Fortalecido el uso de la tecnología para optimizar actividades relacionadas al turismo	106	Rediseñar y potenciar tecnológicamente el portal web del MITUR con funcionalidades innovadoras e interactivas que promuevan los destinos turísticos del País.	INMEDIATO (ANTES DE UNA AÑO)	MITUR	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
		107	Diseñar e implementar un Programa de asistencia técnica para MYPES turísticas para el uso apropiado de las redes sociales para promoción y comercialización de sus productos y servicios turísticos	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	CONAMYPE	MINEC, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MITUR, CONAMYPE	GABINETE DE TURISMO
	Elaborado un plan integrado de posicionamiento de la marca del país	108	Evaluar la actual estrategia de marca país, con el fin de rediseñar y/o fortalecer la misma de cara al fortalecimiento de esta, ajustada a la actual visión de gobernanza del turismo en nuestro país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MITUR, AET, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		109	Diseñar y desarrollar submarcas turísticas bajo la sombrilla de la marca país, que potencien la promoción y comercialización de los destinos especializados	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MITUR, AET, PROESA	GABINETE DE TURISMO
		110	Diseñar e implementar un calendario de eventos de interés turístico para los mercados definidos para atracción de nuevos visitantes, ejecutándolo conjuntamente con otras acciones estratégicas confluente.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MITUR, AET	GABINETE DE TURISMO
		111	Diseñar e implementar un plan de social media que servirá para promocionar y comercializar los destinos turísticos por las redes sociales y con ello mejorar la imagen y reputación del país	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, IES, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 3: Gestión de la Demanda Turística (El mundo hacia Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Optimizadas las relaciones internacionales en beneficio del turismo	Incrementadas las alianzas estratégicas y colaborativas en pos del turismo con actores internacionales importantes	112	Planificar y realizar viajes de intercambio de experiencias y conocimientos y acciones colaborativas con países de mayor nivel de desarrollo turístico, para generar acciones para la mejora sustancial de los destinos especializados en temas de infraestructura, estructura y servicios turísticos	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MIREX, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		113	Gestionar a nivel oficial el intercambio de información que permita sostener un Sistema de Benchmarking administrado por el MITUR.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MIREX, AET, BCR, MITUR	GABINETE DE TURISMO
	Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos fortalecida	114	Promover y coordinar el establecimiento de alianzas comerciales entre los tour operadores internacionales de los nuevos mercados y los prestadores de servicios turísticos nacionales, con el fin de garantizar las condiciones de riesgos y fortalezas a compartir.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MIREX, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		115	Fortalecer la coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores la cooperación con las Embajadas de países amigos en El Salvador para la promoción de los productos y servicios turísticos de los destinos especializados, utilizando los medios diplomáticos para alcanzar los mercados priorizados	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MIREX	MITUR, MIREX, AET	GABINETE DE TURISMO
		116	Fortalecer la coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores de la cooperación con las Embajadas de El Salvador en los países amigos para la promoción de los destinos especializados, utilizando los medios diplomáticos para alcanzar los mercados priorizados	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MIREX	MITUR, MIREX, AET	GABINETE DE TURISMO

Eje 3: Gestión de la Demanda Turística (El mundo hacia Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Gestión migratoria del turismo receptivo y desplazamientos internos optimizados	Intensificadas las acciones para facilitación de pasos migratorios vía aérea y terrestre para visitantes	117	Coordinar con la DGME el cumplimiento de los Acuerdos bilaterales con países fronterizos, para el paso ágil de visitantes hacia El Salvador y monitorear periódicamente los resultados.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINGOB Y DT	DGME, MITUR, MINEC, MINGOB Y DT	GABINETE DE TURISMO
		118	Promover en coordinación con la DGME y el Ministerio de Relaciones Exteriores la aplicación de exención temporaria de visas para ingresar a El Salvador a eventos o campeonatos de carácter internacional, mediante la dispensa unilateral con países con quienes se comparte intereses.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINGOB Y DT	DGME, MITUR, MINEC, MINGOB Y DT	GABINETE DE TURISMO
		119	Coordinar con la DGME la implementación del e-visa, que los trámites para el ingreso a El Salvador por extranjeros que necesitan visa puedan ser realizados por medios electrónicos proporcionando la información requerida y el pago respectivo	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINGOB Y DT	DGME, MITUR, MINEC, MINGOB Y DT	GABINETE DE TURISMO
	Procesos migratorios optimizados	120	Fortalecer de forma integral a las instancias involucradas en la gestión de procesos migratorios, a través de los recursos humanos, tecnológicos y organizacionales en general que potencien su eficiencia y efectividad.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINGOB Y DT	DGME, MITUR, MINEC, MINGOB Y DT	GABINETE DE TURISMO
		121	Coordinar con las instituciones pertinentes, el análisis y la mejora de procesos migratorios, con énfasis en las temporadas altas en donde se experimentan tiempos operativos relativamente altos.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINGOB Y DT	DGME, MITUR, AET, MINEC, MINGOB Y DT	GABINETE DE TURISMO
Desarrollado un marketing efectivo e innovador	Fortalecido el posicionamiento de los destinos turísticos especializados	122	Diseñar e implementar una campaña de comunicación específica a través de testimonios de salvadoreños exitosos en el mundo, orientada a influenciar positivamente en los países objetivo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MIREX, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 3: Gestión de la Demanda Turística (El mundo hacia Nosotros)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Desarrollado un marketing efectivo e innovador	Fortalecido el posicionamiento de los destinos turísticos especializados	123	Promocionar, mediante los medios que se identifiquen como idóneos los segmentos turísticos priorizados, con enfoques y recursos específicos para los segmentos de turismo de Surf, MICE y Turismo Médico.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MIREX, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		124	Promover el uso de la comunicación 3.0 en la publicidad de los destinos turísticos especializados, utilizando los canales sectoriales que los visitantes utilizan en los países de origen, lo que permitirá el conocimiento de los destinos y fomentará visitas al mismo	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN	MITUR, AET, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEC	GABINETE DE TURISMO

Eje 4 - Horizonte de implementación proyectado y entidades implicadas en la implementación por Acción Estratégica

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Modelo de gestión pública de crecimiento y expansión turística mejorado	Elevados los beneficios de contar con un marco normativo fortalecido y alineado a las necesidades y apuestas de desarrollo turístico actual	125	Gestionar la aprobación a las reformas a la Ley de Turismo de El Salvador	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		126	Fortalecer y/o diseñar nuevas ordenanzas municipales que contemplen acciones prioritarias que propicien el desarrollo turístico, y que estén alineadas al Plan Nacional de Turismo del país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINDEL	GOBIERNOS MUNICIPALES, MINEC, AET, MITUR, MINDEL, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		127	Coordinar esfuerzos y apoyo para el fortalecimiento del marco normativo en otros ámbitos (como la necesidad de contar con una Ley de Gestión del Agua y con la Ley del Sector de agua potable y saneamiento)	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	ANDA, CNE, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MINGOB Y DT, MITUR, MARN	GABINETE DE TURISMO
		128	Actualizar la Política Nacional de Turismo de El Salvador.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
	Incrementada la toma de decisiones con base en Inteligencia turística	129	Implementar mecanismos de comunicación y coordinación online con agentes turísticos municipales y regionales implicados en actividades relativas al turismo (CDT, CAT, oficinas de turismo, sector, empresarial, asociaciones diversas, etc.)	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		130	Diseñar e implementar un Sistema de Información Turística que incluya inteligencia turística y, entre otras cosas, permita monitorear en tiempo real los principales indicadores de avance del Plan Nacional de Turismo.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MINEC, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, AET, MITUR, DGME, CEPA	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Modelo de gestión pública de crecimiento y expansión turística mejorado	Incrementada la toma de decisiones con base en Inteligencia turística	131	Diseñar y gestionar la implementación de un Sistema de Benchmarking que permita aprovechar las relaciones con países referentes en algunos aspectos del turismo mundial	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEC, MIREX	GABINETE DE TURISMO
		132	Fomentar dinámicas organizacionales, tanto internas como hacia otras entidades vinculadas al ámbito turístico, encaminadas a hacer uso de la información como principal medio para fundamentar planes, programas, proyectos y decisiones trascendentes en general.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINEC, MINGOB Y DT, MJSP, IES, MINDEL, MITUR, MINCULTURA, MARN	GABINETE DE TURISMO
	Fortalecidos los Mecanismos de Articulación y Coordinación nacional y local del sector turístico (pública y pública-privada)	133	Crear un Comité Técnico de Turismo, adscrito al Gabinete de Turismo, conformado por los Enlaces institucionales de los titulares del Gabinete de Turismo, para operativizar los acuerdos en materia de desarrollo turístico a nivel nacional y en particular en los Destinos Especializados.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	MINGOB Y DT, MINEC, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		134	Estimular, propiciar y coordinar la concreción de convenios de cooperación entre instituciones de gobierno, principalmente MITUR con las Municipalidades para el desarrollo del sector turístico.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, MINEC, MINGOB Y DT, MITUR, MINDEL, COMURES	GABINETE DE TURISMO
		135	Fortalecer, previo diagnóstico que permita identificar prioridades en el corto y mediano plazo, la articulación pública-privada de las entidades que fomentan el turismo en el país	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, MINEC, SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, MITUR, PROESA	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Modelo de gestión pública de crecimiento y expansión turística mejorado	Fortalecidos los Mecanismos de Articulación y Coordinación nacional y local del sector turístico (pública y pública-privada)	136	Coordinar la participación activa del MITUR en los espacios interinstitucionales e intersectoriales a nivel nacional e internacional en temas de sustentabilidad, salud, vulnerabilidad, cambio climático y otros afines que permitan actuar de manera enfocada y que generen líneas de trabajo para el ministerio y otros actores importantes del ámbito turístico.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	GABINETE DE TURISMO	MITUR, AET, GABINETE DE TURISMO, MARN	GABINETE DE TURISMO
		137	Diseñar y operativizar mecanismos de articulación interinstitucional para la implementación de políticas públicas vinculantes con turismo (medio ambiente, seguridad, exterior, cultura, inclusión, salud, deportiva, fiscal, desarrollo local, inversión pública, etc.)	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, MARN, MINGOB Y DT, MINCULTURA, MITUR	GABINETE DE TURISMO
	Capacidad Institucional orientada al desarrollo del sector turístico fortalecida	138	Desarrollar un proceso de Fortalecimiento Institucional Integral del MITUR, que permita a la Institución dar respuestas óptimas de cara a las funciones que la Ley le confiere.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MITUR	GABINETE DE TURISMO
		139	Desarrollar un proceso de Fortalecimiento Institucional Integral de CORSATUR, que permita a la Institución dar respuestas óptimas de cara a las funciones que la Ley le confiere.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	MITUR	GABINETE DE TURISMO
		140	Fortalecer a las gremiales, comités y asociaciones de turismo en su formalización, nivel operativo y gestión de recursos, con el fin que su aporte al desarrollo turístico del país sea más efectivo.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	SECRETARÍA DE COMERCIO E INVERSIÓN, AET, MITUR, MINEC	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Elevadas las sinergias entre todos los actores importantes del ámbito turístico salvadoreño	Planeación estratégica y operativa de principales agentes de desarrollo turístico alineadas al PNT2030	141	Empoderar a los gobiernos locales para gestionar iniciativas de desarrollo del turismo sostenible, propiciando la organización de los actores locales, la capacitación y ejecución de proyectos con participación activa de la comunidad.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, MINEC, MINGOB Y DT, MJSP, MINDEL, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		142	Implementar los Planes Maestros de ordenamiento territorial en áreas turísticas prioritarias.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINDEL	MITUR, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINDEL, AET, MINGOB Y DT, MINDEL	GABINETE DE TURISMO
		143	Promover la realización de socios públicos-privados que beneficien el crecimiento del turismo salvadoreño, realizando, entre muchas otras actividades, estudios que orienten sobre la factibilidad de su realización en casos específicos en donde se consideren una alternativa óptima.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MJSP	MITUR, MINEC, IES, MINGOB Y DT, MJSP	GABINETE DE TURISMO
		144	Desarrollar un sistema nacional de seguridad turística entre los actores territoriales involucrados (gobierno, municipalidades, comunidades y sector privado), que integre esfuerzos y que además del logro de los objetivos de génesis, brinde información en tiempo real sobre aspectos de seguridad.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MJSP	MITUR, MINEC, PNC, MINGOB Y DT, AET, MJSP	GABINETE DE SEGURIDAD
		145	Diseñar e implementar una metodología de planeación para los territorios, que alinee sus planes estratégicos y operativos al Plan Nacional de Turismo 2030, permitiéndoles explotar sus ventajas territoriales pero enmarcados en los intereses de país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, IES, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Elevadas las sinergias entre todos los actores importantes del ámbito turístico salvadoreño	Planeación estratégica y operativa de principales agentes de desarrollo turístico alineadas al PNT2030	146	Implementar programas de capacitación sobre metodología de planeación alineada al Plan Nacional de Turismo 2030 para gobiernos municipales y otros actores importantes en el ámbito turístico, asimismo socializar los planes e instrumentos desarrollados a nivel nacional con fines didácticos.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, AET, IES, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		147	Diseñar, gestionar la aprobación y operativizar un marco jurídico que beneficie a los gobiernos municipales accediendo a incentivos y a financiamiento para actividades de impulso al turismo, previo aval de MITUR a su planeamiento estratégico y al encuadre de sus planes, programas y proyectos con el Plan Nacional de Turismo 2030.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MINDEL, AET, MINEC, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		148	Desarrollar campañas de divulgación del Plan Nacional de Turismo en línea y mediante reuniones con los principales actores territoriales del turismo en el país.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
Mejorada la contribución al crecimiento turístico de parte de segmentos turísticos clave priorizados	Incrementado el potenciamiento del turismo médico y su conexión con otros destinos especializados	149	Diseñar e implementar un Plan de Acción para el desarrollo del turismo médico en El Salvador, contemplando sus ventajas competitivas y fortalezas.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINSAL, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
		150	Diseñar, gestionar la aprobación y operativizar una Política de Turismo Médico.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINSAL, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		151	Establecer y coordinar mecanismos de articulación entre los actores importantes que potencien el desarrollo del turismo médico en el país, así como esquemas operativos que propicien alianzas, convenios y relaciones de beneficio para este tipo de turismo.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINSAL, MITUR,	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Mejorada la contribución al crecimiento turístico de parte de segmentos turísticos clave priorizados	Incrementado el potenciamiento del turismo MICE y su conexión con otros destinos especializados	152	Diseñar e implementar un Plan de Acción para el desarrollo del turismo MICE en El Salvador, contemplando sus ventajas competitivas y fortalezas.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINEC, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
		153	Diseñar, gestionar la aprobación y operativizar una Política de Turismo MICE.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINEC, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
		154	Establecer mecanismos de articulación entre los actores importantes que potencien el desarrollo del turismo MICE en el país, así como esquemas operativos que propicien alianzas, convenios y relaciones de beneficio para este tipo de turismo.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINEC, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
		155	Reactivar y fortalecer el accionar estratégico y operativo del Buró de Convenciones de El Salvador.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR,	GABINETE DE TURISMO
	Incrementado el potenciamiento del turismo de Surf y su conexión con otros destinos especializados	156	Diseñar e implementar un Plan de Acción para el desarrollo del turismo de surf en El Salvador, contemplando sus ventajas competitivas y fortalezas.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		157	Diseñar, gestionar la aprobación y operativizar una Política de Turismo de Surf.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		158	Establecer mecanismos de articulación entre los actores importantes que potencien el desarrollo del turismo de Surf en el país, así como esquemas operativos que propicien alianzas, convenios y relaciones de beneficio para este tipo de turismo.	INMEDIATO (ANTES DE UN AÑO)	MITUR	AET, GOBIERNOS MUNICIPALES, MINGOB Y DT, MITUR	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

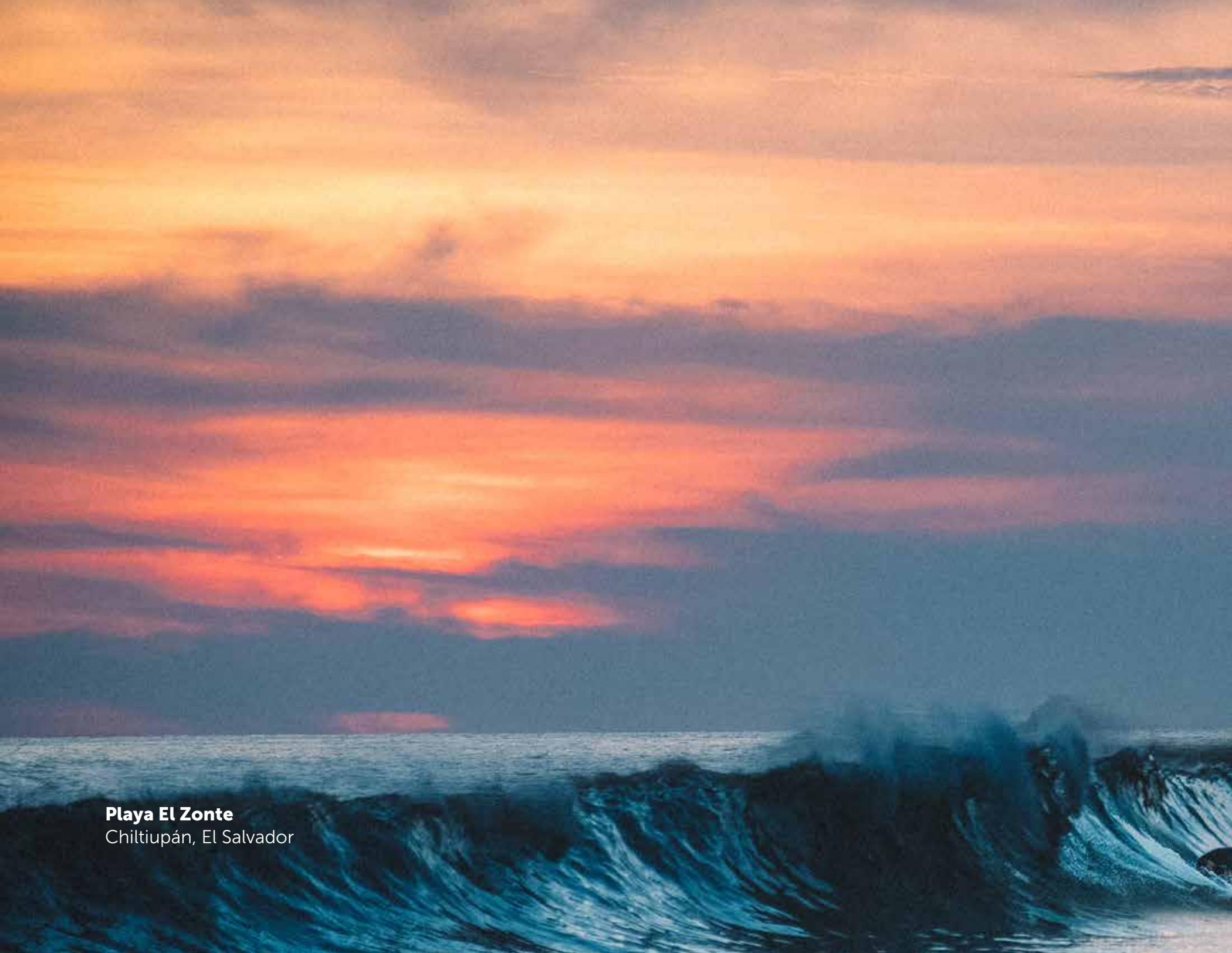
Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Gobernanza eficiente y participativa en el proceso de implementación del PNT 2030	Ampliada la transparencia, la participación y el acceso a datos disponibles sobre el turismo en El Salvador	159	Diseñar e implementar un Observatorio Turístico Nacional, que entre otras cosas, alimente al Sistema de Información Turística, y que, a través de un enfoque sistémico incluya a diferentes entidades públicas y privadas como fuentes de información.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEC, BCR, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		160	Fortalecer y potenciar los mecanismos de participación ciudadana en la toma de decisiones sobre acciones prioritarias para el desarrollo del turismo con enfoque sostenible, incluyendo a poblaciones vulnerables, con prioridad a la identificación de necesidades en cuanto al acceso a la cadena de valor turístico y generar lineamientos que permitan solventar estas brechas.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	AET, MINDEL, MARN, GOBIERNOS MUNICIPALES, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		161	Implementar un Sistema de Contraloría periódica sobre el desarrollo del Plan Nacional de Turismo 2030, que permita identificar oportunidades de mejora en su implementación, que sea inclusivo y que involucre a las fuerzas vivas del país con intereses en el desarrollo turístico nacional.	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MITUR	AET, MARN, MITUR, MINEC, BCR	GABINETE DE TURISMO
	Academia participando en acciones en pro del desarrollo turístico	162	Diseñar e implementar un mecanismo de involucramiento de las Instituciones de Educación Superior, y en general de instituciones educativas en acciones de investigación, formación, promoción y otras acciones que contribuyan al fortalecimiento del crecimiento turístico del país.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, IES, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Gobernanza eficiente y participativa en el proceso de implementación del PNT 2030	Academia participando en acciones en pro del desarrollo turístico	163	Incrementar los recursos disponibles para acciones de formación, asesoramiento y acompañamiento para la tecnificación a partir de la firma de convenios con Instituciones de Educación Superior para la realización de servicio social estudiantil (de grado y posgrado) hacia la atención de las necesidades identificadas en el ámbito turístico salvadoreño.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, IES, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
		164	Creación de un sistema de socialización de los resultados de investigación y propuestas de solución provenientes de las instituciones educativas en pro del desarrollo turístico salvadoreño.	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MINEDUCYT	MITUR, IES, SECRETARÍA DE INNOVACIÓN, MINEDUCYT	GABINETE DE TURISMO
		165	Diseñar e implementar un Sistema de Reconocimiento a las Entidades de Educación que aporten mediante investigación, formación, promoción y otras acciones al desarrollo del turismo nacional	LARGO PLAZO (ANTES DE 8 AÑOS)	MITUR	MINEDUCYT, AET, IES, MITUR	GABINETE DE TURISMO
Desarrollo económico promovido mediante el turismo con enfoque sostenible	Propiciados beneficios financieros para empresas locales	166	Establecer mecanismos de apoyo financiero a empresas locales de turismo que puedan emplear mano de obra local	CORTO PLAZO (ANTES DE 3 AÑOS)	MINEC	CONAMYPE, AET, MITUR, MINDEL, MINEC, BANDESAL	GABINETE DE TURISMO
		167	Diseñar e implementar un Sistema de Reconocimiento a las entidades/ empresas que realicen mayores aportes para el desarrollo del turismo sostenible	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MARN	MITUR, MINDEL, AET, MINGOB Y DT, MARN	GABINETE DE TURISMO
	Turismo Justo y Solidario promovido	168	Diseñar un plan de involucramiento de personal de empresas orientadas a la Responsabilidad Social Empresarial, para el desarrollo de acciones de beneficio a comunidades orientadas al desarrollo del turismo rural sostenible	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MARN, AET, MINEC, MINDEL, MITUR,	GABINETE DE TURISMO

Eje 4: Institucionalidad del Sector (Un nuevo modelo de desarrollo turístico)

Resultados Finales	Resultados Intermedios	No	Acciones Estratégicas	Horizonte de Implementación	Responsable	Soporte, consultado, y/o informado	Verificador
Desarrollo económico promovido mediante el turismo con enfoque sostenible	Turismo Justo y Solidario promovido	169	Promover programas vacacionales gratuitos, a través de centros turísticos públicos y privados, hoteles y empresas de transporte, para sectores específicos de la población que no tienen capacidad económica de disfrutar de estos servicios.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO
		170	Propiciar y monitorear, en coordinación con las instituciones pertinentes, el aporte del sector al cumplimiento de los compromisos de país en materia de cambio climático y Objetivos de Desarrollo Sostenible, entre otros.	MEDIANO PLAZO (ANTES DE 5 AÑOS)	MITUR	MARN, MINEC, AET, MITUR	GABINETE DE TURISMO



Playa El Zonte
Chiltiupán, El Salvador





GOBIERNO DE
EL SALVADOR